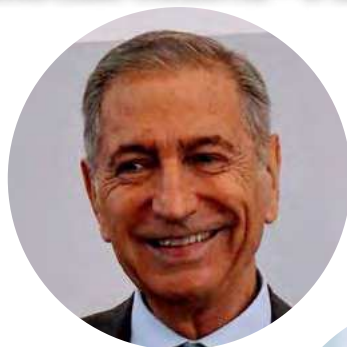




Ristorando

ristorazione collettiva • commerciale moderna • a catena

www.ristorando.eu



La ristorazione riparte!





Il gusto di fare la pausa.



Come a casa tua.



La pausa pranzo è un momento di gusto e benessere.

Noi di Elios offriamo tutti gli ingredienti, dalla qualità e la freschezza delle materie prime alla cura del servizio, per trascorrerla in modo sano e bilanciato, senza rinunciare al piacere di un piatto buono come quello preparato a casa. Così c'è più spirito ed energia per affrontare al meglio il resto della giornata.

elior 

 **Hospes**

ilineré

 **Artusia**

ALLA NOSTRA **maniera**

“ In questo periodo parlare di certezze vuol dire giocare d’azzardo. Eppure siamo sicuri che la manifestazione che abbiamo organizzato a Milano ai primi di giugno, l’undicesima edizione della mostra-convegno biennale di Ristorando, sia stato un successo. Non solo perché abbiamo creato un formidabile punto di incontro tra chi la ristorazione moderna la rappresenta, come le associazioni di categorie o i vertici di aziende leader della collettiva e della commerciale o una nutrita squadra di fornitori di attrezzature, servizi e prodotti food & beverage che hanno sostenuto con la loro sponsorship la kermesse. Ma anche per la voglia di



confrontarsi che era palpabile, sia ai tavoli dei relatori sia in platea, sui temi strategici che costituiscono l’agenda degli impegni da qui in poi di tutti gli addetti ai lavori. Qualche esempio?... la sostenibilità dei prezzi nella collettiva, argomento trasversale ai segmenti della scolastica e della sociosani-

taria, lo smart working nell’aziendale, l’aumento delle bollette di gas ed elettricità che colpisce uno dei settori (quello delle attrezzature in cucina) più energivori in assoluto, la ricerca e la fidelizzazione del personale nella commerciale, la povertà alimentare, i CAM e molto altro ancora.

Sono tutti argomenti con cui Ristorando si confronta quotidianamente. Sono temi a cui “diamo del tu” anche grazie al confronto quotidiano con gli operatori e con un settore che da più di 20 anni monitoriamo alla nostra maniera non solo con il nostro giornale ma anche con un’attività convergnistica che con **Ristorazione 2022** finalmente è ripartita.”

Eclipse®

IL PACKAGING IN ALLUMINIO PIÙ
ELEGANTE, RICERCATO E SOSTENIBILE

RICICLO &
SOSTENIBILITÀ
scopri di più



CONTITAL®

www.contital.com

GIUGNO 2022

01 Editoriale - Alla nostra maniera

06 News - La notizia è servita

16 Tendenze e mercati - Alle prese con lo spettro della stagflazione

18 Ristorazione collettiva - Food academy, avanti tutta!

Tra prezzi delle materie prime in crescita, margini sempre più risicati e ricerche di personale frustranti, la formazione gioca un ruolo fondamentale per il presente e il futuro di realtà complesse come le SRC

27 Leggi e normative - Un provvedimento di cui non si sentiva la mancanza

La proposta di legge su filiera corta e Km 0 appena approvata, confligge con altre norme che trattano gli stessi argomenti. E così, il quadro normativo già incerto, diventa sempre più confuso

31 Ristorazione commerciale - Italia sì Italia no

Nel cibo (e non solo) la buona notizia è che l'Italian Style tira sempre alla grande. La cattiva è che non ha alcun bisogno dell'Italia per fare proseliti in tutto il mondo

35 L'esperto risponde - I vostri dubbi, i nostri chiarimenti

A partire da questo mese Ristorando raccoglie le vostre domande in merito a procedimenti amministrativi, appalti e contratti nel mondo della ristorazione con lo scopo di restituire pareri e indicazioni utili alla vostra attività

37 Corretta alimentazione - La pandemia accelera la diffusione dell'obesità

Il report 2022 dell'Organizzazione mondiale della sanità lancia l'allarme per la Regione Europea

41 Speciale convegno - Un passo avanti

Dopo lo stop imposto dal Covid, l'undicesima edizione della mostra-convegno di Ristorando ripropone con successo la propria formula fatta di un fitto calendario di incontri sugli argomenti chiave per il futuro della ristorazione moderna e tante occasioni di incontro e confronto tra domanda e offerta di servizi

59 Ristorando per Ristocloud Group
Il progetto "Ristorazione Terza Età"

Grazie a Ristocloud ecco uno strumento utile e pratico per gestire la ristorazione in maniera equilibrata nelle strutture per anziani

61 Mercati - L'agrifood ai raggi X

Stato dell'arte, punti di forza, criticità e sfide per l'agroalimentare italiano, che, con oltre 200 miliardi di euro di fatturato aggregato nel 2021 e 65 miliardi di euro di Valore Aggiunto, è il settore più rappresentativo del Made in Italy



RUBRICHE

67 La borsa delle imprese

73 Ristorando F&B

74 Ristorando club

80 Carta stampata

a proposito di App

Ristorando è anche su Appstore



www.edifis.it



Ristorando

Anno 27 - numero 6 - Giugno 2022

Direttore responsabile: Antonio Savoia

Coordinamento editoriale: Alberto Anderloni

Redazione: redazione.ristorando@edifis.it
Massimo L. Andreis • Alberto Anderloni • Luigi Limonta

Collaboratori: Lorenzo Bonardi • Roberto Bramati • Luisa Cappellina
• Antonio Duva • Corrado Giannone • Roberto Giannone • Emilia Guberti
• Giovanni Lizzini • Davide Moscuza • Daniele Pisanello • Alberto Schiraldi

Grafica: Barbara Aprigliano

Servizi fotografici: Jonni Ricci • Massimo Viegi • Massimiliano Masala

Pubblicità: dircom@edifis.it • pubblicita@edifis.it

Traffico pubblicitario: Francesca Gerbino • francesca.gerbino@edifis.it

Amministrazione: amministrazione@edifis.it

Stampa: Ingraphic srl • Casazza (BG)

Prezzo di una copia: €1,20 • Arretrati €4,00

Eventi e Convegni: convegni@edifis.it

Abbonamenti: Italia €60,00 • Europa €100,00 • Resto del mondo €120,00
abbonamenti@edifis.it • www.ristorando.eu



Registrazione Tribunale di Milano N° 156 del 11/03/1996
Iscrizione Registro Operatori della Comunicazione N° 06090

Tutti i diritti di riproduzione degli articoli e/o foto sono riservati. Manoscritti, disegni, fotografie e supporti audio e video anche se non pubblicati non saranno restituiti.

Ai sensi del Reg. EU 679/2016 l'Editore garantisce la massima riservatezza nell'utilizzo della propria banca dati con finalità redazionali e/o di invio del presente periodico. Ai sensi dell'art. 15 il ricevente ha facoltà di esercitare i suoi diritti fra cui la cancellazione mediante comunicazione scritta a EDIFIS S.r.l. - Viale Coni Zugna 71 - 20144 Milano (o ai riferimenti sotto trascritti), luogo della custodia della banca dati medesima.

Ristorando
una rivista edita da:



EDIFIS S.r.l.

Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano - Italy
Tel. +39 023451230 - Fax +39 023451231
www.edifis.it

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDITORIA DI SETTORE

SCHOOL NET. UNA RISTORAZIONE SCOLASTICA DA 10 E LODE.



School Net è il software di Etica Soluzioni che permette di gestire tutte le fasi della refezione scolastica e i servizi di domanda individuale in modo semplice e immediato.

Grazie alla sua intuitività e all'aggiornamento costante alle normative, **è il programma più utilizzato nelle Pubbliche Amministrazioni con oltre 800 Clienti in tutta Italia.**

School Net si integra quindi alle più recenti tecnologie di riconoscimento e pagamento (SPID, CIE e Pago PA), permettendo sia ai genitori sia all'Ente una completa gestione di tutte le fasi della refezione scolastica, semplificando e ottimizzando le attività di ogni operatore coinvolto.

Scopri i vantaggi di School Net su eticasoluzioni.com



A Chiara Nasi e CIRFOOD il premio CEOforLIFE

È stato conferito a **Chiara Nasi**, presidente di **CIRFOOD**, il premio **CEOforLIFE**, prestigioso riconoscimento assegnato ai ceo che hanno stabilito nuovi standard di eccellenza attraverso iniziative volte a un futuro migliore e più sostenibile.

I **CEOforLIFE Awards**, che si sono tenuti presso la *Luiss Guido Carli University*, rappresentano l'occasione per valorizzare, condividere e amplificare le attività e i progetti realizzati delle aziende in prima linea sul tema dell'economia circolare e dello sviluppo sociale, ispirati agli SDGs dell'Agenda 2030 dell'ONU. In particolare, Chiara Nasi ha presentato il progetto di demand forecasting e ottimizzazione degli inventari, basato su algoritmi di Intelligenza Artificiale per eliminare gli sprechi in fase di approvvigionamento e ridurre lo stoccaggio a magazzino. Un progetto che coinvolge non solo la piattaforma logistica centralizzata di CIRFOOD di Reggio Emilia, ma 1.200 strutture produttive, ovvero tutte le cucine della coop sul territorio nazionale, permettendo di ridurre di 111 tonnellate lo stoccaggio e, al contempo, nel 2021 ha ridotto

del 15% gli sprechi alimentari. Non solo: con il progetto PlanE-at nato nel 2021, sono state installate bilance dotate di IA per misurare le eccedenze alimentari giornaliere alla fine del servizio, soprattutto nei self service, consentendo di comprendere le preferenze dei clienti e ridurre lo spreco del cibo. Risultato: nei primi locali che hanno aderito al progetto pilota, nel 2022 di risparmiare quasi 2 tonnellate di cibo, corrispondenti, in media, a 4.800 pasti.

Senza trascurare, infine, le iniziative di educazione al valore del cibo, soprattutto per gli adulti di domani, attraverso un ecosistema digitale capace di comunicare con i giovani, aiutandoli a comprendere con app, game, podcast e video l'importanza di ogni singola azione per preservare il pianeta.



CHIARA NASI,
presidente di CIRFOOD

La Cascina: a Cerveteri nuovo centro cottura

Struttura unica nel suo genere, funzionale e all'avanguardia, ha aperto i battenti a Cerveteri il nuovo centro cottura gestito da **La Cascina**.

Prodotti Bio, a Km 0, Dop e IGP; attrezzature di ultima generazione, riduzione degli sprechi alimentari, sostenibilità ambientale, freschezza e qualità dei prodotti: sono questi gli atout della struttura, dove vengono preparati tutti i pasti quotidianamente serviti nei refettori delle scuole del Comune. Grande soddisfazione per l'inaugurazione ha espresso **Massimo Montagna**, Coordinatore di filiale per il gruppo La Cascina, che mette a disposizione di genitori e bambini la propria quarantennale esperienza nel settore della ristorazione collettiva.



Glovo lancia la multi kitchen a Torino, Roma e Milano

Glovo avvia, anche in Italia, l'esperienza dei "food corner" aperti al pubblico e in modalità "multi kitchen". Il primo punto vendita del genere arriva a Torino, nel quartiere (non centrale) di Pozzo Strada. Lo spazio ospiterà 15 postazioni di cucina professionale, su una superficie di 870 mq. Al suo interno, ci sarà una saletta riservata ai rider, dove potranno ricaricare i dispositivi mobili e fare una pausa tra un ordine e l'altro. Allo stesso tempo, i consumatori possono ordinare il cibo tramite l'app e scegliere se ritirarli al food corner o aspettarli a casa. Sarà possibile ordinare, allo stesso tempo, diverse specialità: i primi 5 brand ad aderire, presenti nella cucina torinese, sono **Pinseria SB**, **Whimsy Kitchen**, **Amici Mieì**, **Bun Burger** e **I Love Poke**.

Marr: fatturato su del 72,7% ed exploit dell'Ebitda



Nel primo trimestre 2022 **Marr** ha registrato ricavi totali consolidati a 325,8 milioni, con un progresso del 72,7% su base annua, grazie anche al contributo delle recenti acquisizioni. In particolare, le vendite ai clienti della categoria dello "Street Market" (ristoranti e hotel non appartenenti a Gruppi o Catene) e del "National Account" (operatori della ristorazione commerciale strutturata e della ristorazione collettiva) si attestano a 268,1 milioni e nel confronto con i 134,7 milioni del 2021 beneficiano per circa 12 milioni del contributo del **Gruppo Verrini** consolidato a partire dal 1° aprile 2021. Le vendite ai grossisti (Wholesale) sono state pari a 53,6 milioni (51,5 milioni nel 2021). L'Ebitda è balzato a 5,1 milioni dal precedente 0,1 milioni mentre l'Ebit ha ridotto il deficit a 2,5 milioni da 7,1 milioni, spesi ammortamenti aumentati del 20,6% e accantonamenti/ svalutazioni in calo del 13,8%. Il periodo si è chiuso con una perdita scesa a 2,9 milioni (-54,3%). Sul fronte patrimoniale, l'indebitamento finanziario netto cifra si esprime in 199,7 milioni rispetto a 141,4 milioni di fine 2021. Infine, l'andamento delle vendite di Marr ad aprile – riporta una nota – conferma le attese, in vista della prossima stagione estiva, di una forte ripresa dei consumi alimentari fuori casa. Aprile si è chiuso infatti con ricavi totali consolidati a oltre 150 milioni, in crescita rispetto anche al pari periodo 2019, e conferma ulteriormente il trend positivo di marzo.



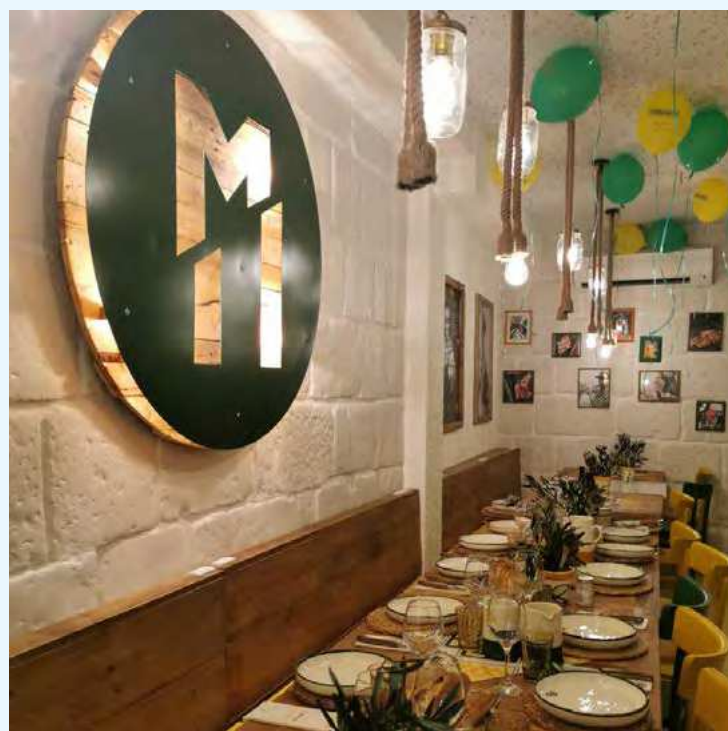
Il gelato di Alberto Marchetti arriva a Eataly Smeraldo

Il maestro gelatiere **Alberto Marchetti** apre a **Eataly Smeraldo** il suo secondo punto vendita di Milano, l'ottavo in Italia dopo quelli attivi a Torino, Alba e Alassio.

Sinonimo di qualità e professionalità nel mondo della gelateria, da anni Alberto Marchetti colleziona premi, riconoscimenti e soprattutto la fedeltà e il passaparola dei clienti che hanno reso le sue gelaterie in Italia un punto di riferimento per tutti i golosi e i gourmet. Anche presso lo store meneghino del format di **Oscar Farinetti**, Marchetti offre il suo gelato "fresco, semplice e buono", che vanta diversi riconoscimenti a livello nazionale e internazionale: 3 con Gambero Rosso, Premio Procopio de' Coltelli allo Sherbeth Festival, "Artigiano Radioso" di Golosaria, "Miglior gelateria d'Italia" al Premio Golosario, Stella di Foddies Gambero Rosso, Maestro del Gusto, Bogianen, Chiave a Stella.

Il Mannarino inaugura il quarto pdv milanese

Ha aperto in zona Navigli a Milano il quarto pdv a insegna **Il Mannarino**. Il format creato ad Arcore nel 2019 dai due giovani imprenditori **Gianmarco Venuto** e **Filippo Sironi** prosegue dunque la sua espansione con la location in Alzaia Naviglio Grande, a pochi passi dalla Darsena, luogo privilegiato della movida meneghina. L'opening precede la prossima apertura di Brescia e arriva poco dopo il taglio nastro della terza dark kitchen del brand famoso per le "bombette" di carne. Ad accogliere i clienti dietro al bancone di questa nuova "macelleria di quartiere" c'è anche qui il Mannarino, pronto a guidare i clienti in ogni acquisto, scegliendo non solo tra la ricca offerta di bombette preparate secondo la tradizione, ma anche le succulente costate e i più svariati tagli di carne. Per chi desidera gustare in loco le specialità del brand, sono presenti al piano terra due ampie sale arredate con ceramiche pugliesi realizzate a mano, originali dettagli e l'immane ulivo. Salendo al primo piano è possibile raggiungere un'altra sala e una terrazza, perfetta per godersi il sole di giorno (in inverno) e la frescura di sera (in estate).



La Liguria finanzia le mense scolastiche bio



Oltre 766mila euro alle stazioni appaltanti per le mense scolastiche biologiche liguri. Si riconferma lo stanziamento e il trasferimento di fondi per favorire l'educazione alimentare in età scolare della **Regione Liguria**, destinato alla Città Metropolitana di Genova (Comuni di Busalla, Ceranesi, Ronco Scrivia, Serra Riccò, Sant'Olcese) e ai Comuni di Genova, Vezzano Ligure, Varese Ligure e Sesta Godano.

Una limitata ma rappresentativa parte dei fondi, quasi 17mila euro, verrà utilizzata per iniziative di informazione sull'agricoltura biologica e sui prodotti regionali, nell'ambito di una politica di educazione alimentare che vuole avvicinare gli studenti alle produzioni locali e genuine, sia attraverso assaggi che lezioni mirate.

Con KFC e Eataly (via Autogrill) cresce il f&b a Fiumicino

Con l'apertura di un fast food a marchio **KFC** e di uno spazio di ristorazione e vendita **Eataly**, si arricchisce l'offerta di ristorazione all'interno dell'aeroporto di Fiumicino. Dove, dopo la recente apertura di nuovi locali da parte di **Chef Express**, nell'Area di imbarco A il ristorante del Colonnello Sanders, il 62° attivo da in Italia, sarà gestito da **Autogrill** come partner licenziatario e darà lavoro a 40 persone. Invece, nel pdv del format di **Oscar Farinetti** dedicato alle eccellenze del food made in Italy e realizzato a sua volta in collaborazione con il colosso del people on the move di Assago, sono dislocati 300 coperti, per una offerta gastronomica che abbraccia tutte le ore e tutte le varieghe esigenze di consumo che caratterizzano uno scalo aereo internazionale. In particolare, nella caffetteria, dove il caffè è a marchio **Lavazza** e la proposta dei dolci è firmata **Golosi di Salute**, si potrà fare colazione o mangiare toast e tramezzini, panini e focacce. Mentre la gelateria è firmata dal pluripremiato gelatiere **Eugenio Morrone**. Infine, per prendere un aperitivo ci sarà lo scenografico bar **Vini e Aperitivi** con un'ampia selezione di vini al calice o bottiglia, birre artigianali o alla spina, cocktail e piatti veloci da gustare in accompagnamento.



Mercato Centrale vola a Melbourne

Vola in Australia **Mercato Centrale**, il progetto di **Umberto Montano** in collaborazione con il gruppo **Human Company**: è nel Nuovissimo Continente che il format trova dunque il suo primo sbocco internazionale, precisamente a Melbourne, capoluogo dello stato di Victoria. Una città dove, secondo il patron del format, c'è un solido giacimento della cultura del cibo artigianale italiano. Il Mercato aprirà nel suggestivo McPherson's Building, nel pieno del Central business district della città.

L'operazione avviene in joint venture con l'imprenditore australiano **Eddie Muto** (in foto con Montano), proprietario del gruppo **Barman&Larder**, specializzato nel management di ristoranti, luoghi per eventi e hospitality. Allo scopo, viene creata la società **Mercato Centrale Australia Pty Ltd**, il cui piano di sviluppo prevede già altre location nel Paese e opzioni per opening in Nuova Zelanda e Singapore.

Mercato Centrale Melbourne avrà una superficie totale di oltre 3000 mq e ospiterà circa 20 botteghe, distribuite su tre piani. L'inaugurazione è prevista entro la fine del 2022. Ora è in corso la progettazione architettonica a cura di **Alberto Torsello** (già direttore artistico del progetto di Milano).



EDDIE MUTO E UMBERTO MONTANO

I Love Poke cresce con BNP Paribas e il franchising

È **BNP Paribas Leasing Solution** a finanziare la poderosa espansione in franchising dalla catena **I Love Poke**.

È infatti attraverso l'affiliazione che **Michael Nazir Lewis** e **Rana Edwards**, i due fondatori del format giunto a 127 punti vendita, intendono supportarne lo sviluppo attraverso una formula particolare, che prevede joint venture con i loro franchisee più importanti, grazie ad un accesso facilitato al credito. Ad affiancarli in questo percorso è appunto BNP Paribas Leasing Solutions, con cui il brand ha siglato un accordo che, in cinque mesi, ha innalzato la quota in franchising di I Love Poke del 50%. Risultato: sono già alcune decine gli store aperti grazie ai programmi di finanziamento dell'istituto bancario.



Chef Bartolini sala a bordo di ITA Airways

Il rinnovamento di **ITA Airways** passa per l'esaltazione del made in Italy e della sostenibilità: nelle divise, negli interni e nel catering, firmato dalla chef stellato **Enrico Bartolini**.

A bordo dell'A350, il primo in Italia e il primo della società nata sulle ceneri di Alitalia, salgono dunque tre prestigiosi talenti italiani per l'evoluzione della sua immagine: nuove divise create dal team ITA Airways insieme a **Brunello Cucinelli**; nuovi interni creati dal designer **Walter De Silva** e un nuovo servizio catering di bordo studiato dal pluristellato cuoco toscano Bartolini. L'Airbus A350, dedicato all'ex calciatore Roberto Baggio, sarà il primo aeromobile ad avere a bordo tutte le novità della compagnia, che saranno inserite gradualmente in tutta la flotta.

Guidati da questa visione, dal 2 giugno a bordo di tutti i voli intercontinentali del network di ITA Airways periodicamente, a seconda dell'identificazione di temi specifici, diversi chef italiani di fama internazionale e giovani talenti riconosciuti dalla loro comunità come altamente promettenti, si alterneranno nella proposta enogastronomica di bordo. Ciò rappresenta un'unicità nel settore aereo, che vuole offrire alle nostre eccellenze culinarie la possibilità di regalare in ambiente unico nel suo genere un'esperienza variegata.

Genova risorge con il "food" in corso Sardegna (e Waterfront)

Tourbillon di opening food al **Mercato di corso Sardegna** di Genova. Nelle ultime settimane, sono stati inaugurati i punti vendita della catena **Pizzium** e del brand di burger & stakehouse **Old Wild West**, unitamente al primo ristorante di **Sushiko** sotto la Lanterna e all'esordio di **Billy Tacos** e **Pokeria by Nima**. E presto arriveranno anche **KebHouze**, **Bun** e **Ciocolati Italiani**.

Accanto a questi marchi della ristorazione, da poco inaugurati store a marchio Kasanova, Mondadori (la settimana libreria a Genova) e Nail boutique, che arrivano dopo l'opening di MediaWorld.

Il Mercato di Corso Sardegna nasce da una profonda opera di riqualificazione dell'ex mercato ortofrutticolo del quartiere San Fruttuoso, per un'una superficie totale di 23.000 mq. La gestione e la commercializzazione sono affidate a **Savills**.

A 2 km e mezzo di distanza, verso il mare, sta invece prendendo forma il Waterfront di Levante, un progetto di **Renzo Piano** (proprietà di Cds costruzioni e Orion capital managers) che prevede una destinazione mista, con circa 28mila mq destinati a retail, ristorazione e leisure.

MONOUSO BIO PER LA RISTORAZIONE

100% Ecologico



www.eurofides.com
eurofides

IL N°1 PER LE SHOPPER E IL CONFEZIONAMENTO

T90 TECNO90

Affinità elettive.

*“Volevo una cucina che
rendesse il lavoro più fluido,
efficiente, piacevole.”*

Tecnoinox
l'ha costruita per me.”

Claudio Sadler
Chef in Milano



 **tecnoinox**

www.tecnoinox.it

Poke House si espande ancora e investe in Austria

Dopo Portogallo (con l'omonima **Pokè House**), Regno Unito (**Ahi Poké**), Olanda (**Pokè Perfect**) e Stati Uniti (con il precursore del poke californiano e delle plant-based bowls **Sweetfin**), adesso l'espansione esterna di **Poke House** arriva in Austria. È qui che la creatura di **Matteo Pichi** e **Vittoria Zanetti** è diventata azionista di maggioranza di **Honu Tiki Bowls**, leader del segmento delle hawaiian bowl nel Paese con 5 location attive. L'investimento in Honu Tiki Bowls nasce con l'obiettivo di dar vita a una partnership fondata sulla condivisione di know-how e tecnologia per creare sinergie destinate all'implementazione, nei rispettivi mercati, dei processi di operation e di home-delivery.

L'operazione, la quinta all'attivo per l'insegna, punta a rafforzare il posizionamento di Poke House attraverso una strategia che combina l'espansione diretta nei mercati target e l'investimento in player locali dalla forte brand awareness, capaci di guidare la creazione di una community fedele e partecipe.



MATTEO PICHI E VITTORIA ZANETTI,
co-founder Poke House

Il sushi/pokè di Cody accelera lo sviluppo

Cody, catena italiana di quick food specializzata in sushi e pokè, ha aperto il suo primo flagship store a Milano.

Fondata nel 2016 da **Davide Cappelletti**, il format conta ora 14 punti vendita in Italia, di cui 5 avviati nello scorso anno. All'operazione milanese contribuisce un finanziamento di **Banca Progetto**, finalizzato alla crescita, con **Capital Link** in qualità di advisor finanziario e **Chiomenti** come advisor legale.

Cody si sviluppa grazie al franchising e sul proprio sito dichiara una suddivisione dei ricavi per il 40% da consumo nel locale, 30% da asporto e 30% delivery.



Vending: nel 2021 giro d'affari a +12,1% e consumi a +10,5%

Il 2021 è stato l'anno della svolta per la distribuzione automatica italiana: secondo **Confida** (Associazione Italiana Distribuzione Automatica), benché non siano stati ancora raggiunti i numeri pre-pandemia del 2019, il recupero è evidente: il vending ha chiuso il 2021 con un fatturato di 1,435 miliardi di euro, segnando una crescita del 12,11%. Anche le consumazioni sono aumentate del 10,5% (3,7 miliardi) e il parco macchine si è a sua volta espanso del 2%. La distribuzione automatica italiana, con più di 30mila addetti, 3mila imprese e oltre 820mila macchine installate, rappresenta la più importante catena distributiva automatica alimentare d'Europa ed è anche leader nella produzione ed esportazione del parco macchine: il 70% delle vending machine prodotte nel nostro Paese, infatti, viene esportato all'estero dove è molto apprezzata la tecnologia made in Italy.

Hekfanchai fa cinquina a Milano con la Bakery



Nel cuore di China Town ha aperto **Hekfanchai Bakery**, il quinto locale della famiglia Hekfanchai, il gruppo che in un anno e mezzo ha portato la cultura gastronomica di Hong Kong a Milano. Dopo il primo bing-shi in via Padova nell'ottobre 2020, i locali di via Niccolini e di via Sforza ed Hekfan – il ristorante di alta cucina in Brera – arriva il format dedicato alla tradizionale pasticceria di Hong Kong. Anche qui, dietro le quinte, il team formato dal founder **Eric Yip** e lo chef **King Cheung**, tra i primissimi ambasciatori della cucina hongkonghese in Italia. Tutti i giorni dalle 10 alle 22, Hekfanchai Bakery si divide in due ingressi e due spazi diversi: da una parte le raffinate confezioni brandizzate da portare a casa, con gli scaffali ricolmi di biscotti dolci o salati e tante piccole leccornie; dall'altra la caffetteria con il lungo bancone dietro il quale i pasticceri preparano tutto al momento. E il progetto di sviluppo del format non finisce qui: come ci ha detto Eric Yip, con l'insegna Hekfanchai ha intenzione di aprire "non meno di 50 negozi in tutta Italia, partendo dal primo fuori città entro la fine dell'anno. Stazioni, aeroporti, centri commerciali, grandi supermercati: sono le aree a grande flusso di persone i luoghi preferenziali per le nostre nuove aperture".

Da realizzare anche con il sostegno di un partner finanziario o un istituto di investimento "dello stesso valore", per supportare una espansione da realizzare sia in conduzione diretta che in franchising.

Pizzium prosegue la crescita a Napoli

Pizzium, concept di pizzerie napoletane che conta attualmente 29 store, prosegue la sua espansione con l'apertura del primo punto vendita nella città di Napoli, il secondo nel Sud Italia dopo la recente opening a Salerno. Collocato in via Luca Giordano 184, nel quartiere collinare Vomero in una zona di grande passaggio, il nuovo store accoglie gli amanti della pizza con i suoi 67 coperti e un dehor di circa 70 posti. Le pizze e gli abbinamenti del format sono come sempre creati da **Nanni Arbellini**, maestro pizzaiolo napoletano di grande esperienza e socio fondatore del marchio, che propone i sapori autentici della classica pizza napoletana in abbinamento alle eccellenze gastronomiche italiane. Anche nel pdv di Napoli è disponibile l'offerta di O'Shop, la selezione di prodotti regionali IGP e DOP al dettaglio di Pizzium, ed è attivo anche il servizio delivery tramite l'app di Glovo o d'asporto anche con ordine online su ordina.pizzium.com.

Boom del Fuoricasa nel mondo (+15,5%) e in Italia (+14%)

Con una progressione del 15,6% sull'anno precedente, per un valore complessivo pari a 2.221 miliardi (1.921 miliardi nel 2020), torna a crescere nel 2021 il settore della ristorazione a livello globale dopo la frenata dovuta alla pandemia. Protagonista di questo exploit all'insegna della qualità non poteva che essere l'Italia, che risulta prima in Europa e sesta al mondo sia per valore di mercato (31 miliardi, con un rimbalzo del +14% sul 2020) sia per penetrazione dei ristoranti di qualità (scelti da 1 attività ristorativa su 2), in una classifica guidata dalla Cina con il 44% di market share, seguita a distanza dagli USA (16%).

Sono questi i numeri che emergono da una ricerca dell'agenzia internazionale **Deloitte**, che offre una panoramica sul dimensionamento, il livello di market share e il posizionamento del mercato della ristorazione a livello globale, con focus sulle prospettive di crescita. Partiamo dall'Italia, dove aumenta del 23,2% il peso delle catene di ristorazione, a fronte di una crescita mondiale del +14,8% ed europea del +18,8%. Gli effetti della pandemia si fanno invece sentire sulle abitudini alimentari del consumatore medio, e si traducono in una crescita esponenziale nel 2021 per Street Food (+21,3%), Retail (+27,6%) e il Delivery (+53,7%).

Su larga scala, l'Europa mantiene il 18% del mercato con un'accelerazione del 16,7% sul 2020. L'area Asia-Pacifico (APAC) si conferma il mercato principale, assorbendo da solo il 48% del totale (+13,7% CAGR 20-21), mentre con il 24% delle quote il Nord America consolida l'espansione registrata nel 2020 e si dimostra l'area con tasso di crescita maggiore per l'anno in corso (+18% CAGR 20-21).

Il Full Service Restaurant (ristorante con servizio al tavolo) rimane il formato di ristorazione più diffuso a livello internazionale (48%). Alla sua espansione contribuisce in particolar modo l'area APAC (60%), mentre Europa e Nord America contano circa un terzo degli esercizi commerciali del comparto (rispettivamente 38% e 35%).

Il Quick Service Restaurant (Fast food, Delivery) costituisce invece il secondo formato di ristorazione (33%), sostenuto in particolar modo dal Nord America. Café e Bar, che a livello globale sono il terzo formato con il 14% dello share, sono invece una tipologia prettamente europea, area in cui raggiunge quota 30%. In Italia il Quick Service si attesta al 28%, i Café e Bar al 21%.



Delivery Valley a caccia di... crowdfunding

Delivery Valley, rete di dark kitchen al servizio del delivery e del take away, apre una campagna di crowdfunding su *Mamacrowd*.

Nata nel 2020, la società ha già all'attivo 3 cucine a Milano, sviluppa 8 food brand (tutti virtuali, solo al servizio del cibo a domicilio) e sta per aprire anche a Monza. Ma l'obiettivo a medio termine è l'Europa. Secondo recenti studi, nel 2026 un pasto su tre verrà consumato via delivery. In questo contesto, l'obiettivo della start up è scalare il business e portare le cucine in tutta Italia e in Europa, secondo quanto detto da **Alida Gotta**, ceo e fondatrice dell'azienda insieme a **Maurizio Rosazza Prin**, entrambi ex concorrenti di *Masterchef*.

Pane, salse, costine in salsa bbq, pizze al padellino sono alcuni tra i principali prodotti cucinati ogni giorno nelle cucine. Sul fronte dei conti, secondo dati forniti dall'azienda, in due anni Delivery Valley è passata dai 500mila euro di ricavi del 2021 a 1,9 milioni nel 2021, con un margine operativo lordo di oltre il 9%.



ALIDA GOTTA E MAURIZIO ROSAZZA PRIN,
co-founder

La nuova mensa del gruppo Aeb è 100% sostenibile

Taglio del nastro alla nuova mensa aziendale per i dipendenti del **Gruppo Aeb** di San Polo, che potrà servire fino a 120 pasti in 90 minuti. Estesa su una superficie di 300 mq, di cui 170 per l'area di somministrazione, 35 di self-service, 18 di cucina e dispensa e, infine, 76 mq per la zona relax, il progetto ha richiesto un investimento di circa 200mila euro, ed è stato condotto dal Gruppo bresciano attivo nelle biotecnologie e prodotti di processo utilizzati per enologia, bevande e food, coerentemente al percorso di responsabilità sociale d'impresa. Proprio sull'ambiente la multinazionale ha focalizzato il piano di sviluppo industriale 2021-2025, con investimenti in capacità produttiva e logistica e ricadute positive anche sull'area circostante la struttura. Ne sono dimostrazione l'installazione di un impianto fotovoltaico, il teleriscaldamento interrato completo (partenza in autunno), l'utilizzo di energie rinnovabili e certificate. La stessa mensa aziendale sarà 100% sostenibile: vassoi, stoviglie e posate lavabili e riutilizzabili e raccolta differenziata.



**the best
for your
guests**



le soluzioni senza glutine per l'out-of-home.



www.schaer-foodservice.it

Al via due gare da mezzo milione per i pasti nelle scuole

Il **Comune di Luni (SP)** mette a gara il servizio di mensa per le scuole dell'infanzia e primarie per i prossimi tre anni per un valore di 553.704 euro, al netto di Iva e altri oneri di legge. La gara europea telematica sarà gestita dalla centrale di committenza della provincia di La Spezia, come prevede la legge. La durata dell'appalto è di tre anni scolastici, in teoria a partire dal 1° settembre 2022 al 30 giugno 2025, da aggiudicare con il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa. Potrà essere rinnovato alle medesime condizioni per ulteriori tre. Anche l'amministrazione di **Badia Polesine** ha avviato la procedura per l'affidamento del servizio mensa per coloro che frequentano o svolgono la loro attività alla scuola dell'infanzia *Pascoli*, alla scuola primaria *Pertini* e all'asilo nido comunale. L'appalto avrà la durata di due anni a partire dal 1° settembre 2022 al 31 agosto 2024. L'importo a base di gara è pari a 534.310 euro, per un numero presunto di pasti ad anno scolastico pari a 26.800 per la scuola primaria, 17.200 per la scuola dell'infanzia e 5.900 per l'asilo nido; un numero comunque subordinato alla richiesta del servizio da parte dell'utenza.



Ad Horeca Campania la formazione in f&b è servita

Apra alle porte di Napoli un nuovo centro di formazione professionale per il food&beverage: con 4 aule tecniche e un auditorium realizzati su una superficie di 700 mq, la scuola **Ad Horeca Campania** propone corsi di bartending, caffetteria, food, beverage e managing. Collocata a Casavatore, la scuola è pensata per i professionisti del canale hospitality, restaurant e caffetteria (o catering). Nasce in collaborazione con **Di Cosmo Group** e **Napoli Ho.re.ca** (già Di Falco S.a.s.), due aziende campane attive nel settore f&b. Sono 6 le aree formative: Food (con 5 corsi: tecniche di base, materie prime, ricette, food cost e food design per aperitivo, sushi all'italiana o "pure sushi", panini e sweet), Pizza (con corsi di I e II livello), Birnauta (con 3 corsi specifici in beer educator, beer tasting e birra da mangiare), Vino (2 percorsi formativi per Wine educator in degustazione, servizio e vendita oltre tecniche di produzione, e Accoglienza, servizio e vendita), Bartending (5 corsi: incipit, raise the bar, the lab, spirit masterclass e craft flair), Caffetteria (3 corsi: coffee tender, il tempo della drupa, geometria del cappuccino dedicato all'arte della decorazione di uno degli elementi base della colazione italiana), Management (3 corsi, compreso un Excel di base, per acquisire le tecniche fondamentali per ottenere il massimo risultato dalle risorse impiegate).

Sardegna, nelle mense pubbliche pasti a Km Zero

MenSarda – Mense a Km 0: è il progetto lanciato dalla **Regione Sardegna** per raggiungere la "sovranità alimentare". Scopo: far sì che anche nelle mense pubbliche sarde si possano mangiare prodotti locali di prima qualità. Finanziata dalla Regione, promosso dall'assessorato dell'Agricoltura e attuato da Laore e dall'ANCI Sardegna, l'iniziativa vuole coinvolgere Comuni, scuole, associazioni di categoria, imprese e ristoratori per valorizzare la ristorazione collettiva sostenibile e le produzioni agricole regionali. Tra gli obiettivi del progetto, c'è anche la creazione di una coscienza collettiva del patrimonio agroalimentare locale, così da conservare le tradizioni rurali.



UNHCR premia Sodexo

Sodexo Italia, per il terzo anno consecutivo, è stata premiata dall'Agenzia ONU per i Rifugiati (**UNHCR**) con il riconoscimento "Welcome. Working for refugee integration". Il logo, conferito per l'anno 2020/2021, testimonia il rilevante impegno dimostrato dall'azienda, attiva nei servizi per la qualità della vita, nella promozione di interventi specifici per l'inserimento lavorativo dei rifugiati e la promozione di una società sempre più inclusiva. **Nadia Bertaggia**, HR Director di Sodexo Italia, ha commentato così: "Ricevere questo tipo di riconoscimento da UNHCR, malgrado le difficoltà incontrate durante gli ultimi anni a causa della pandemia, per noi è motivo di enorme soddisfazione. Grazie all'impegno di tutti i nostri collaboratori siamo riusciti a portare avanti i progetti e le iniziative di inclusione lavorativa che ci eravamo prefissati, riuscendo a valorizzare la diversità, il merito e allo stesso tempo promuovere politiche di assunzione senza alcun tipo di discriminazione di sesso, razza o religione."



NADIA BERTAGGIA,
HR Director di Sodexo Italia

Ristorazione Scolastica Tecnologia per natura

Omnibus per i Servizi Scolastici
Per un futuro sereno

Greenway per la gestione verde dei menu
La gioia di crescere

Sibyl Chatbot
Il dialogo con il cittadino



Alle prese con lo spettro della stagflazione

C'è un evidente parallelismo fra l'inasprirsi del conflitto in Ucraina e il deterioramento dell'economia mondiale.

Sono bastati i primi 80 giorni di scontro per produrre già ferite gravissime ai due estremi della catena produttiva.

Nelle aree di grande povertà presenti in Africa e in Asia, la guerra iniziata con l'invasione russa ha prodotto, impegnando due Paesi grandi esportatori di cereali, il rischio di un tracollo nella lotta alla fame. La sicurezza alimentare è ormai in primo piano nell'agenda del G7, il gruppo dei paesi più sviluppati.

Difficoltà dei traffici marittimi e incertezza sulla regolarità degli approvvigionamenti si traducono poi in una ulteriore spinta alle manovre speculative e all'inflazione.

Per l'alimentazione, insomma - come per l'ambiente, la salute e la sicurezza - si coglie la pressante necessità di una cooperazione più intensa per fronteggiare questi enormi problemi globali. Ma - stridente contraddizione - l'azione degli organismi sovranazionali creati proprio con tale scopo mai, come in questo periodo, è stata disattesa o, peggio, ostacolata.

Ma se, a causa di tutto questo, il segmento più fragile della scala sociale è esposto al collasso, anche chi produce per un mondo del tutto diverso, quello dei grandi gruppi del lusso (Lvmh, Kering, Richemont), vive tempi difficili. E se questo vale per i due estremi, è facile pensare che la guerra fa male anche a molti altri. E così proseguirà in assenza di pace.

Quando potrà accadere? Ad ora non c'è una risposta plausibile a questo interrogativo. L'unico dato certo è che le tensioni geopolitiche, combinate con l'inflazione in salita e il denaro più caro, hanno causato un calo dell'attività produttiva a livello globale: lo confermano le previsioni più recenti del Fondo Monetario Internazionale. Dopo la robusta crescita (+6,1%) del Pil mondiale nel 2021, per l'anno in corso il Fmi ipotizza solo un +3,6 per cento. Dato che, secondo molti osservatori, si ridurrà ancora nei prossimi mesi. In questo quadro complesso, incognite vengono dalla Cina.

La potenza asiatica sta rallentando la sua crescita. Il brillante Pil del 2021(+8,1%) secondo le previsioni del Fmi sarà, quest'anno, quasi dimezzato (+4,4%). C'è di più: ad aprile la produzione industriale si è contratta del 2,9 % e i consumi sono in forte calo (- 11,1 % su base annua le vendite al dettaglio); intanto i tassi di disoccupazione salgono, lo yuan si sta deprezzando sul dollaro e l'export ha un tasso di crescita di un terzo rispetto al risultato del 2021.

È uno scenario negativo, colpa della variante Omicron del Covid che dilaga nel Gigante asiatico. Le autorità cinesi la combattono puntando molto su feroci lockdown: rimedio che, però, si ripercuote sull'attività produttiva.

Quale sbocco avrà tutto questo? In quale misura peserà sulle scelte future di Pechino e sul suo ruolo internazionale che - a guerra in Ucraina in corso - appare cruciale?

Anche gli Stati Uniti, peraltro, hanno i loro problemi: su tutti l'inflazione. Ormai (Mario Platero, "Affari e finanza", 16 maggio) in quel Paese è diventata un'ossessione. L'impennata record dell'indice oltre l'8 per cento spaventa i consumatori e preoccupa il presidente americano. Ora Biden si difende assicurando: "Combattere l'inflazione è la priorità numero uno dell'Amministrazione".

Quella americana è, peraltro, un'inflazione da surriscaldamento della domanda, alla quale hanno contribuito diffusi aumenti salariali. Buona parte del mercato pensa che il programma di aumenti del costo del denaro della Fed sarà efficace per raffreddarla. Ritiene, insomma, l'inflazione una questione spinosa ma, per l'economia Usa (che è in salute), gestibile.

Tutta un'altra musica si sente sull'altra sponda dell'Atlantico.

Qui, in una realtà economicamente più fragile, si trovano Paesi già provati dal Covid e, ora, investiti da una guerra dagli effetti devastanti. Senza contare che l'Europa, ben più di altre aree, era da tempo in difficoltà per il trend di aumento dei prezzi dell'energia che resta molto forte.

Non sorprende perciò che le previsioni di primavera diffuse dalla Ue il 16 maggio giungano a conclusioni ben poco rassicuranti. La Commissione europea ha tagliato drasticamente le ipotesi di crescita degli Stati membri e annuncia di aspettarsi un aumento medio del tasso d'inflazione. Dalle cifre esposte si profila perciò uno scenario preoccupante per cittadini e imprese: quello della stagflazione. A questo punto non resta che rimboccarsi le maniche e correre ai ripari. E lo dovranno fare, in primo luogo quei paesi, come la Germania e l'Italia, che secondo gli esperti di Bruxelles continueranno a crescere, ma al rallentatore e sotto la media, già smagrita, dell'Eurozona (+2,7%). La, ormai ex, "locomotiva tedesca" è accreditata di un +1,6% del Pil, contro il 3,6 ipotizzato in precedenza. Il nostro Paese, invece, vede la sua previsione di crescita - due mesi fa stimata a +4,1% - ridursi al 2,4 per cento. Anche sul fronte dell'inflazione le previsioni per l'Europa non lasciano tranquilli: quest'anno la sua corsa sarà impetuosa (+6,1%), mentre si attende un ritorno a medie più accettabili (+2,7%) per il prossimo.

Contro la funesta accoppiata di stagnazione e inflazione non esiste una lampada di Aladino che, d'un tratto, la faccia sparire. Ma una strategia di contrasto, basata su un mosaico di scelte coerenti fra loro, è invece possibile ed anche doverosa. Per l'Italia - tenendo conto che buona parte dei nostri guai deriva da un eccesso di dipendenza dall'estero per l'energia - sarebbe forse il caso di ispirarsi alla ricetta del Portogallo. Questo Paese, che continua a crescere speditamente (+5,8% previsti), ha puntato molto su turismo ed energie rinnovabili: un modello da seguire, per noi, senza, naturalmente, ignorare le esigenze della manifattura e, in pari tempo, senza abbassare la guardia - come, invece, da più parti si vorrebbe - sulla tenuta dei conti pubblici. Persino il Fondo monetario, nella sua recente missione italiana, ci ha ricordato che certi provvedimenti, come il reddito di cittadinanza, producono troppi effetti distorsivi. Oggi abbiamo davanti un sentiero stretto da affrontare, restando in equilibrio fra una politica monetaria che freni la corsa dell'inflazione, rialzando il costo del denaro, e un'azione di sostegno della domanda e, in particolare, dei settori più colpiti dagli aumenti dei prezzi. Non sarà facile. Gli "helicopter money", gli elicotteri che spargono, alla cieca, denaro dal cielo non servono perciò e anzi sono pericolosi. È meglio, suggerisce un economista autorevole come Marco Onado (Il Sole 24 Ore, 16 maggio) che restino negli hangar.

Antonio Duva



Food academy, **avanti tutta!**

Tra prezzi delle materie prime in crescita, margini sempre più risicati e ricerche di personale frustranti, la formazione gioca un ruolo fondamentale per il presente e il futuro di realtà complesse come le SRC

di M.L.Andreis

La tempesta perfetta: agli effetti del reddito di cittadinanza introdotto un soffio prima della pandemia, si è sovrapposto lo tsunami del Covid che, complice anche il progressivo venire meno dell'effetto Masterchef che aveva riempito le scuole alberghiere di studenti (e troppe teste di fantasie e sogni di gloria che non facevano i conti con la dura realtà del lavoro in cucina), ha prodotto un risultato sotto gli occhi di tutti: la cre-

scente difficoltà a trovare addetti nel mondo non solo del foodservice ma dell'ospitalità nel suo complesso, considerati (e non del tutto a torto) come settori non solo che chiedono dei "sacrifici" ma anche massimamente precari in caso di chiusure, come durante i recenti lockdown. Alle tante lamentele sollevatesi negli ultimi tempi circa tale difficoltà drammatica, tra le tante possibili soluzioni proposte, alcune sensate al-



tre meno, una rappresenta un leitmotiv che tutti gli operatori del settore considerano fondamentale, imprescindibile: la formazione del personale. Un must che in realtà, nella ristorazione organizzata, è tutt'altro che una priorità da oggi. È infatti già da alcuni anni (leggi: da tempi non sospetti) che le aziende del comparto hanno implementato formule di formazione del personale, che hanno spesso trovato forma in vere e proprie accademie interne. Non solo luoghi di insegnamento, ma anche di evoluzione delle proposte food poi portate in innumerevoli realtà servite in ogni ambito della collettiva, nonché, last but not least, strumenti validissimi di creazione di spirito di squadra, di orgoglio di appartenenza, di gratificazione umana e professionale per centinaia di addetti che, se forse non avranno mai i riflettori puntati addosso né la notorietà di chef stellati e bartender di grido, soddisfano esigenze fondamentali in una società moderna: preparare centinaia di migliaia di pasti - sempre più equilibrati, sani e buoni - in migliaia di mense dislocate in scuole, strutture sociosanitarie, aziende e caserme, da nord

a sud dello Stivale. Andiamo dunque alla scoperta di queste accademie in compagnia dei loro responsabili di alcune grandi realtà della ristorazione collettiva italiana.

Ilaria D'Aquila, Direttore Risorse Umane e Organizzazione di Elior: "Alla Elior Food Academy lavoriamo per andare incontro a tutte le necessità del foodservice post pandemia"

La Food Academy di **Elior** è stata aperta nel 2019 presso il Bodio Center a Milano, ed è concepita come il punto di incontro tra diverse competenze con partner d'eccellenza del mondo del food.

Si tratta, allo stesso tempo, di una scuola di formazione, un laboratorio di ricerca e un luogo di confronto e aggregazione. Al suo interno vengono studiate nuove forme di ristorazione innovative e sostenibili, che sappiano coniugare la salute e il benessere con le esigenze di una nuova cultura del cibo da trasmettere nelle scuole, in ospedale, nelle aziende e in viaggio.

È un vero e proprio centro di ricerca e innovazione che ha l'obiettivo di trovare, sviluppare e perfezionare le miglio-

ri tecniche di trasformazione, cottura e mantenimento degli alimenti per valorizzarne al massimo le proprietà nutrizionali e organolettiche e creare menu moderni, gustosi ed equilibrati per il benessere di ciascuno.

A tal proposito, è necessario l'incontro e il confronto con clienti, fornitori, istituzioni scientifiche italiane e internazionali, associazioni no profit, chef stellati, professionisti del mondo della nutrizione, tecnologi alimentari, professori e ricercatori universitari. I fruitori principali di questi corsi di formazione sono, non a caso, gli chef Elior e quelli delle aziende che desiderano essere coinvolte. Non solo all'interno degli spazi aziendali, infatti, ma anche a contatto con il pubblico, i cuochi possono ricoprire il ruolo di veri e propri ambasciatori della cucina circolare e delle nuove tecniche elaborate in Food Academy.

Quali sono le attività che svolge l'Academy?

Alla Elior Food Academy lavoriamo per andare incontro a tutte le necessità del foodservice post pandemia: per il mondo aziendale abbiamo sviluppato servizi altamente personalizzati, come la linea iColti in Tavola, che grazie all'atmosfera protettiva ci permette di assicurare un ampio ventaglio di ricette ai nostri clienti, in base alle loro esigenze nutrizionali. Per il settore della ristorazione per gli anziani abbiamo creato Nutriage, dedicato ad affrontare le specificità di questa fase della vita con programmi nutrizionali specifici e in grado di favorire la prevenzione di eventuali problemi di salute o di coadiuvare la gestione delle malattie croniche più comuni nella terza età. Infine, poniamo grandissima attenzione all'educazione delle nuove generazioni, con progetti specifici

che realizziamo anche nelle scuole per promuovere una cultura alimentare salutare e sostenibile, contribuendo a rendere i bambini, gli adulti di domani, sempre più consapevoli dell'importanza di una dieta adeguata alle proprie necessità nutrizionali e responsabile nei confronti dell'ambiente.

Tutti i programmi sono definiti sulla base di una mappatura puntuale dei nostri obiettivi di business e per rispondere alle necessità di sviluppo e crescita dei nostri professionisti: la formazione del nostro personale gioca un ruolo molto importante per l'azienda e l'aggiornamento continuo delle competenze in merito alle più recenti novità del settore.

Elior Food Academy, infatti, è al centro di una rete di relazioni che ci vede collaborare con un ampio ventaglio di stakeholder come istituzioni scientifiche italiane e internazionali, professionisti nel mondo della nutrizione, tecnologi alimentari, clienti, università come quella di Scienze Gastronomiche di Pollenzo, chef stellati e associazioni come Banco Alimentare.

Quante persone coinvolge l'attività della scuola?

Il numero delle persone coinvolte nell'attività della scuola è estremamente variabile. Ci avvaliamo di docenti sia interni, con i nostri chef resident impegnati a trasferire le loro competenze ai colleghi delle cucine sul territorio, che di collaborazioni esterne. Il nostro approccio è orientato al knowledge sharing: questo concetto, per fare un esempio, è alla base del nostro programma Chef Ambassador, lanciato a fine 2019 con il coinvolgimento di 43 chef di Elior, che hanno avuto l'opportunità di accedere a corsi di formazione specializzati curati dallo chef Carlo



ILARIA D'AQUILA,
HR Director Elior Italia



Cracco e dalla sua associazione Maestro Martino. Gli chef che hanno partecipato al programma sono stati successivamente chiamati a condividere con i propri colleghi quanto appreso, con l'obiettivo di assicurare a tutta l'azienda la condivisione di best practice da applicare quotidianamente nel lavoro. La Food Academy di Elior non mira a lavorare sul numero di persone formate o sul numero di ore di formazione, proprio perché il concetto che viene applicato parte da un assunto diverso: la formazione deve rispondere a chiari obiettivi strategici dell'azienda e quindi coinvolgere tutti coloro che - operando nei ristoranti, nei nostri centri di produzione e nelle nostre strutture di sede - sono chiamati a collaborare al raggiungimento degli obiettivi.

Il budget dedicato alle attività formative è in costante crescita. Ogni attività viene monitorata sia attraverso questionari di gradimento delle attività che vengono svolte, sia attraverso dei "refresh" per verificare nel tempo come le competenze trasferite vengono assimilate e utilizzate. Ad oggi le valutazioni dei percorsi attivati sono valutate positivamente.

State riscontrando difficoltà nel reperire personale?

Ad oggi riscontriamo difficoltà nel trovare cuochi ben formati e in grado di supportare una produzione di pasti con volumi importanti, che garantiscano al contempo un'alta qualità che da sempre è per noi elemento centrale dell'offerta Elior.

Quale il giudizio sulla preparazione degli addetti da parte del sistema formativo nazionale? Proposte per migliorarne il livello?

Credo che su questo punto sia necessaria una visione strategica diversa.

Nel breve, di certo, sarebbe auspicabile inserire un perio-

do di alternanza nel percorso di studi con un focus sulla ristorazione collettiva. Ma la realtà dei fatti è che non esistono percorsi dedicati per inserire persone con competenze nel nostro settore, e che dal mio punto di vista, dovrebbero essere co-progettati con gli operatori del settore.

Ritengo quindi che la diffusione di ITS dedicati al comparto della ristorazione collettiva possa essere una strategia di medio lungo periodo vincente per alzare il livello di preparazione e professionalità delle persone che hanno la responsabilità di migliaia di pasti ogni giorno.

Il nostro è un settore in cui non esiste nessuna certificazione delle competenze richieste per operare e penso che andare in questa direzione sia ormai diventato improrogabile per garantire ai clienti privati ma anche a quelli pubblici quegli standard di qualità e livello di servizio che vengono richiesti in ogni capitolato.

Luca Sartelli, Direttore Risorse Umane CIRFOOD: *"In ottica di employer branding, stiamo creando sinergie con istituti alberghieri e scuole di formazione: crediamo nel valore strategico della ristorazione per il nostro Paese"*

L'Accademia **CIRFOOD** nasce quasi 10 anni fa con l'obiettivo di promuovere lo sviluppo delle competenze di mestiere delle persone che lavoravano all'interno delle strutture dell'azienda su tutto il territorio nazionale. Negli anni, però, l'Accademia ha seguito un percorso di evoluzione abbracciando diversi ambiti, promuovendo lo sviluppo sia di conoscenze legate al mondo del food che percorsi di sviluppo di competenze soft e di tipo manageriale. Oggi l'Accade-

mia è un ente di formazione, è il luogo di sharing del sapere dell'impresa, ma anche un ente aperto all'esterno che crea e facilita contatti e connessioni, un'espressione del modo di nutrire il futuro diffondendo conoscenza e diventando uno spazio di "cultura" per le nostre persone e per le comunità ove operiamo.

I percorsi di formazione al momento, considerate le imposizioni previste dalla pandemia, si svolgono in maniera ibrida (sul posto e da remoto). L'Accademia si trova presso la sede CIRFOOD, a Reggio Emilia, nel cuore della Food Valley.

Con quali compiti nasce l'Accademia? Quali attività svolge?

L'Accademia organizza corsi di formazione e aggiornamento per trasmettere e condividere il know-how aziendale, i valori ispirati alla cultura della ristorazione e

alla natura cooperativa. Oggi l'Accademia è il luogo che sviluppa la learning and talent strategy dell'impresa definendo strumenti utili a sviluppare le competenze delle nostre persone e sostenere il continuo sviluppo delle loro conoscenze, abilità e competenze.

L'Accademia fornisce corsi tecnico-specialistici su temi legati alla salute e alla sicurezza alimentare e dei luoghi di lavoro e alla corretta gestione delle diete speciali. Vengono erogati anche corsi di formazione tecnico-professionale, su igiene e sanificazione, il Modello 231, normativa antitrust e sui sistemi informativi. A seguito dello scoppio della pandemia, è stata attivata anche una formazione sul riequilibrio delle concessioni. L'Accademia prevede, inoltre, percorsi di formazione mirati per diversi ruoli all'interno dell'impresa. Ad esempio, Noi per il Clien-



LUCA SARTELLI,
direttore risorse umane CIRFOOD

te che coinvolge responsabili di zona e dipendenti del personale di struttura appartenenti alla Direzione Sales per consolidare le competenze di fidelizzazione e soddisfazione del cliente; We4Future per giovani appartenenti a tutte le funzioni aziendali, per accelerarne la crescita, verso posizioni aziendali a maggiore responsabilità. Nel 2021, CIRFOOD, oltre a formare i dipendenti sui più alti standard di sicurezza in tema Covid19, ha promosso un piano formativo, con obiettivi di upskilling e reskilling, coinvolgendo più di 400 persone in tutta Italia, per quasi 20.000 ore erogate nel solo primo semestre.

Proprio nel corso del 2022 l'Accademia CIRFOOD ha, inoltre, voluto sostenere lo sviluppo del piano strategico CIRFOOD 22-25 attraverso il rilascio di un nuovo learning and development model, che mira ad essere inclusivo, perché rivolto a tutti, personalizzato e continuativo.

Quante persone coinvolge?

Al netto dei mesi interessati dall'emergenza, l'Accademia eroga oltre 70.000 ore di formazione annua tra training on the job ed attività in aula ed e-learning, coinvolgendo tutti i dipendenti. CIRFOOD ha formato in media oltre 3.000 persone nel 2021.

Difficoltà sul fronte recruiting?

Il settore della ristorazione deve utilizzare le criticità avute a seguito dell'emergenza pandemica come opportunità per ridefinire nuovi modi di raccontarsi e di comunicare il proprio valore (employer branding di settore). Per questo oggi, ancor più di prima, lavoreremo per avere un contatto con gli studenti, provenienti da istituti professionali o università. La nostra impresa non sta riscontrando particolari difficoltà e crediamo che il vero successo sia

legato alla nostra capacità di attivare politiche di retention e di gestione di valore, riuscendo nell'intento di essere allo stesso tempo attrattivi per i nostri potenziali colleghi, anche comunicando i valori che ci contraddistinguono (cooperazione, autenticità, dinamismo, immaginazione, responsabilità) oltre che il nostro essere vicini e attenti alle esigenze delle nostre persone.

Veniamo alla preparazione degli addetti del settore della ristorazione.

In CIRFOOD ci stiamo impegnando a porre sempre più attenzione all'importanza delle figure professionali del nostro settore e, in ottica di employer branding, stiamo creando sinergie con istituti alberghieri e scuole di formazione, poiché crediamo fortemente nel valore strategico della ristorazione per il nostro Paese.

È importante che la scuola educi alla passione, alla curiosità, alla responsabilizzazione. CIRFOOD, come impresa, è disponibile a sostenere lo sviluppo delle competenze tecniche dei più giovani, di chi si affaccia per la prima volta nel mondo del lavoro.

Riteniamo che questo sia un momento cruciale per il mondo della ristorazione sia collettiva che commerciale.

Tipicamente la ristorazione collettiva per un giovane non è il punto di approdo, perché, solitamente, le giovani generazioni desiderano fare esperienza in settori affini, mosse dalla voglia di viaggiare, di operare in settori più riconosciuti. Il nostro obiettivo è quello di "ribaltare" questa tendenza: vogliamo essere parte di un'azione volta ad un più frequente racconto del nostro settore agli studenti di ogni ordine e grado, con il fine di rendere evidenti traiettorie di sviluppo fatte di



crescita e sempre maggiore assunzione di responsabilità.

Giorgio Baldini, Responsabile Formazione Camst Group: "Formazione e apprendimento continuo rappresentano gli strumenti primari per favorire la crescita di dipendenti e soci della cooperativa"

L'Academy **Camst** è stata avviata nel 2019 secondo il modello di una learning organization in cui si condividono il know-how e l'identità aziendale. La formazione mira al

raggiungimento degli obiettivi di business ma allo stesso tempo crea valore e occupabilità. Nel 2020 è stata avviata la Scuola dei mestieri, che qualifica il personale operativo della ristorazione attraverso la continua valorizzazione delle professionalità, sia tecniche che manageriali. La partecipazione alla scuola è volontaria e i dipendenti possono scegliere tra oltre 270 attività dedicate alle competenze comportamentali, digitali e tecniche. L'Academy Camst conta sia su una organizzazione "fisica", attraverso la disponibilità di aule e personale dislocati sul territorio nazionale, sia su un'infrastruttura digitale dedicata alla gestione e all'erogazione della formazione online. L'effetto della pandemia ha ridotto e quasi annullato lo svolgimento della formazione in presenza ma Camst, anticipando i tempi, ha da tempo investito sull'e-learning, integrandolo con strumenti e modalità a valore aggiunto. Nel 2021 l'Academy ha erogato più di 34.000 ore di formazione online pari ad oltre il 60% delle ore di formazione complessivamente offerte.

Perché nasce l'Academy?



GIORGIO BALDINI,
responsabile formazione
Camst Group

Da sempre, Camst pone le persone al centro delle decisioni e delle strategie aziendali perciò formazione e apprendimento continuo rappresentano gli strumenti primari per favorire la crescita di dipendenti e soci della cooperativa, sia nella sfera personale che professionale. Negli anni l'azienda ha realizzato un proprio "sistema" di formazione integrato alternando modalità formative diverse, funzionali all'obiettivo da raggiungere quali ad esempio; sessioni in aula, webinar e classi virtuali, attività di coaching e addestramento operativo.

Di cosa si occupa?

La formazione Camst si sviluppa su quattro aree in funzione dei profili degli allievi. Si parte da una formula trasversale rivolta sia al livello impiegatizio che a quello operativo/tecnico per arrivare a un modello per gli addetti tecnici con un focus sulle competenze professionali specifiche dei ruoli operativi passando per i moduli obbligatori in tema di formazione fino ad arrivare a quella manageriale.

Le materie proposte dall'Academy durante il 2021, ad esempio, hanno approfondito i temi della sicurezza e dell'igiene degli alimenti e delle lavorazioni, della celiachia, delle pulizie covid-19, del sistema di pulizia a secco nei locali e della compliance interna (ISO 50001 risparmio energetico e responsabilità sociale in Camst). Una particolare attenzione è stata dedicata ai temi della leadership al femminile, dell'inclusion & diversity management e dell'accoglienza al cliente. Tra le iniziative di rilievo dell'Academy, "ImpariAmo" rappresenta il progetto strategico per l'autoformazione, un servizio online che rilascia, gratuitamente, 24 ore su 24 e 7 giorni su 7, conte-

nuti multimediali in "pillole". Monodosi di sapere, semplici e intuitive, focalizzate su temi che spaziano dall'approfondimento delle competenze digitali a insight di utilità quotidiana, fino alle lingue inglese e italiana particolarmente utile per i dipendenti della cooperativa di lingua straniera.

Quante persone coinvolge?

Negli ultimi 3 anni l'Academy Camst ha erogato più di 215.000 ore di formazione, coinvolgendo quasi 30.000 dipendenti della cooperativa e delle società del gruppo, nonostante gli inevitabili limiti imposti dalla pandemia in atto negli ultimi 2 anni.

Il corpo docente si avvale delle eccellenze presenti in azienda, valorizzando le conoscenze e le competenze dei singoli professionisti. I formatori interni vengono selezionati in funzione della seniority e delle capacità didattiche individuali necessarie. Tali caratteristiche vengono consolidate attraverso un programma specifico di "Train the Trainer" destinato al personale selezionato per la docenza interna.

Per la realizzazione dei contenuti e dei servizi formativi, sia online che in presenza, laddove la formazione non viene erogata direttamente dagli specialisti Camst, l'Academy si appoggia ad un network di società e docenti qualificati che operano da tempo con e successo con la cooperativa.

Cosa ci dice invece in tema di difficoltà a reperire personale e sul livello della formazione in Italia...

Stiamo riscontrando grosse difficoltà ad avere un numero adeguato di candidature alle ricerche di cuochi, pizzaioli, camerieri e personale generico per eventi e banqueting. Il livello di preparazione delle scuole alberghiere per il nostro standard è buono. Camerieri e cuochi della scuola



alberghiera sono spesso una garanzia per le attività che svolgiamo.

Tra le proposte orientate a favorire l'ingresso nel mondo del lavoro che sia coerente con le esigenze del personale e delle aziende di ristorazione va sicuramente segnalata la necessità di rafforzare strumenti quali, ad esempio, gli stage, i tirocini o l'alternanza scuola-lavoro. In particolare, una maggiore integrazione tra i programmi scolastici e le attività svolte in azienda, sia in termini di tempi che di contenuti, è la chiave per garantire il successo nell'inserimento dello studente e successivamente al lavoratore in azienda.

Luca Verona, Responsabile Ufficio Personale di Serenissima Ristorazione: "Investire e operare in formazione significa contribuire alla crescita di tutte le componenti aziendali, facendo al contempo diminuire l'assenteismo e turn over"

A metà marzo 2022 **Serenissima Ristorazione** ha avviato il Piano Formativo per che durerà un anno. Il Piano è composto da 5 progetti su argomenti diversi, aggiuntivi rispetto alla formazione cogente: conoscenza del contesto lavorativo; rapporto tra alimentazione e salute; salvaguardia ambientale, per gestire i processi interni in maniera più sostenibile; sviluppo delle abilità personali, con l'acquisizione di compe-

tenze trasversali per lavorare in maniera efficace in un contesto aziendale; gestione aziendale e amministrazione per gestire al meglio il personale dell'impresa; sviluppo del tema della digitalizzazione dei processi interni. L'attività formativa di SR viene organizzata in modalità e-learning asincrona, sincrona ed in presenza in modo da poter raggiungere agilmente tutti i collaboratori localizzati sul territorio italiano.

Perché la formazione è così importante per SR e quali obiettivi consente di raggiungere?

Serenissima Ristorazione crede fermamente che la formazione interna aziendale sia fondamentale nei piani di business e di sviluppo di un'azienda. Investire e operare in formazione significa contribuire alla crescita di



LUCA VERONA,
responsabile Ufficio Personale
Serenissima Ristorazione



MADE IN GERMANY

Il sistema di filtraggio olio più innovativo al mondo

Risparmio olio fino al

50%



Vito Italia s.r.l.

Tel. 0438 460235



Infoline Whatsapp
345 5515644



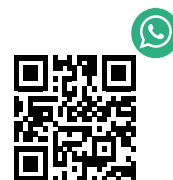
www.vitoitalia.it #vitofilter



20 ANNI DI ESPERIENZA E RICERCA

RISTOSANO è la soluzione adottata dal mondo sanitario e sociosanitario per rispondere ai bisogni dei pazienti che soffrono di disfagia.

Permette di realizzare menù vari, gradevoli, tradizionali, nutrienti e sicuri per i pazienti disfagici. I risultati di RISTOSANO sono il frutto di 20 anni di esperienza, sviluppo e ricerca in sinergia con centri di ricerca e professionisti del mondo sanitario. RISTOSANO si inserisce nel PROTOCOLLO NUTRIRE CON CURA, il percorso nutrizionale dedicato ai pazienti disfagici e applicato nelle strutture che li ospitano.



PER INFO
E RICHIESTE
AVVIA
UNA CHAT

tutte le componenti aziendali, facendo al contempo diminuire assenteismo e turn over.

Nel processo di formazione aziendale sono coinvolti circa 50 responsabili e capidivisione per lo sviluppo delle competenze trasversali. I docenti sono sia interni che professionisti del settore esterni all'azienda.

Quali i giudizi del personale coinvolto nel Piano?

Il giudizio medio da parte dei nostri collaboratori è molto positivo, come emerge dal questionario di fine corso: c'è soddisfazione per le proposte formative, per i docenti e l'utilità delle tematiche affrontate. Apprezzate anche le modalità formative (la maggior parte delle volte svolte a distanza). Si conferma la necessità di approfondire e acquisire sempre più competenze manageriali ed, in particolare, nella gestione del personale.

Quali figure state cercando maggiormente in questo periodo?

Principalmente cuochi, magazzinieri e autisti C e CQC, addetti pulizie, referenti operativi, tecnici alimentari; per la sede addetti/e gare, appalti e marketing; dietisti/e (con iscrizione all'albo). In particolare, attrarre risorse da inserire negli impianti (cucine o centri cottura) con esperienza è sempre più una "mission impossible".

Come giudicate i candidati che arrivano dalle scuole?

Al momento non esiste una vera e propria specializzazione nelle scuole alberghiere per la ristorazione collettiva. Ricontriamo quindi alcune carenze da parte dei neoassunti; ad esempio, la figura senza esperienza va formata ad hoc sulla gestione del costo pasto e sulla produzione con macchinari robotizzati nei grandi centri cottura. Per tale ragione stiamo cercando

delle collaborazioni con gli istituti, per aprire le nostre porte al mondo della scuola ed offrendo la possibilità agli studenti di effettuare esperienze

Renato Santinon, Direttore DPCI, Direzione Pianificazione Controllo e Innovazione e di operatori Dussmann: "La Dussmann Food Experience è un luogo d'elezione per svolgere corsi di alta formazione per i propri chef, con lo scopo di offrire un servizio qualitativamente eccellente"

Inaugurata il 14 febbraio 2020, i progetti sviluppati da **Dussmann Food Experience** sono destinati a essere applicati in 10 filiali sul territorio nazionale, in particolare in scuole, ospedali, aziende e case di riposo. Coinvolge 5 docenti e 1.500 cuochi. La struttura nasce come luogo d'elezione per svolgere corsi di alta formazione per i propri chef, con lo scopo di offrire un servizio qualitativamente eccellente. Ma è anche una scuola di cucina per i cuochi del futuro che avranno la possibilità di far parte della nostra squadra, con ricadute positive sull'occupazione.

Quali attività svolge?

Tra le proposte, svolge attività quali la creazione di piatti e giornate alimentari che enfatizzano ricette della tradizione gastronomica italiana, con un'attenzione particolare a un approvvigionamento etico e sostenibile di materie prime, quali ad esempio il focus sulle ricette a base di legumi, ottima alternativa proteica e "amica" dell'ambiente.

Inoltre, il progetto intende migliorare il gradimento delle pietanze proposte attraverso un'analisi oggettiva delle eccedenze alimentari. Incontrare il gusto del proprio pubblico, infatti, signifi-



fica da un lato regalare una food experience positiva e dall'altro offrire un servizio sostenibile.

Grazie all'utilizzo di innovative tecniche di preparazione dei pasti, la filosofia di ristorazione di Dussmann porta a un livello superiore i concetti di gusto e nutrizione. Le ricette, studiate dai nostri chef con la professionalità dei nutrizionisti interni, assicurano la conservazione delle caratteristiche sensoriali, esaltandone sapore, colore e profumo.

Dunque sicurezza, prelibatezza e attenzione all'ambiente, grazie alla sinergia tra i professionisti Dussmann.

Nelle mense vengono portati in tavola frutta e verdura bio, equosolidale e filiera corta scegliendo sempre più prodotti DOP e IGP. Per garantire qualità, freschezza e genuinità, ci rivolgiamo anche ai produttori del territorio per la carne, il pesce e i prodotti ortofrutticoli.

Trovate il personale che vi occorre? Quale il livello di preparazione?

Abbiamo difficoltà soprattutto per le posizioni lavorative che prevedono un contratto part-time. In particolare per le mansioni di cuochi e dietisti. La visione mediatica del cuoco negli ultimi anni è stata indirizzata allo chef stellato, di fronte ad una ristorazione collettiva si trovano ad affrontare una realtà mai vista e spiegata.

Proposte per migliorare: alternanza scuola lavora che già esiste ed è potenzialmente molto utile ma purtroppo al momento poco efficace e andrebbe pertanto rivista. Istituire una scuola di facility management.



RENATO SANTINON,
Direzione Pianificazione Controllo e
Innovazione e di operatori
Dussmann

NUTRIAMO IL FUTURO, INSIEME.



Il primo passo per realizzare il futuro è immaginarlo.

Siamo una delle maggiori imprese italiane nella ristorazione collettiva, commerciale e nei servizi di welfare.

Il cibo è la nostra passione più vera. Ci impegniamo da sempre a nutrire tutte le comunità e i territori a cui ci rivolgiamo, con idee e soluzioni per garantire uno stile di vita sano e un futuro più sostenibile.

Continuiamo a farlo insieme.
www.cirfood.com


CIRFOOD
Feed the future



La proposta di legge su filiera corta e Km 0 appena approvata, confligge con altre norme che trattano gli stessi argomenti. E così, il quadro normativo già incerto, diventa sempre più confuso

Un provvedimento di cui **NON** si sentiva la mancanza

di C. Giannone

Nello scorso mese di aprile il quadro normativo che sottende i servizi di ristorazione collettiva è commerciale ha visto l'introduzione di una nuova disposizione avente per oggetto la valorizzazione e la promozione dei prodotti agricoli e alimentari a chilometro zero e di quelli provenienti da filiera corta. A onor del vero, di norme in questo ambito non se ne sentiva il bisogno visto il già nutrito gruppo di leggi che riguardano la ristorazione collettiva in particolare, ma evidentemente i nostri parlamentari non erano dello stesso parere. La legge, composta da 8 articoli, ha iniziato il suo iter nel 2018 con la

finalità di valorizzare e promuovere domanda e offerta di prodotti agricoli e alimentari a chilometro zero e/o provenienti da filiera corta, favorendone il consumo e la commercializzazione e garantendo ai consumatori un'adeguata informazione sulla loro origine e sulle loro specificità. La norma prevede anche che Regioni ed enti locali possano adottare iniziative di loro competenza per assicurare la valorizzazione e la promozione dei prodotti con le caratteristiche previste dalla legge. Ma c'era proprio bisogno di una nuova norma in materia?... Dubbi e perplessità in proposito sono più che legittimi dal

momento che la maggioranza dei consumatori (lo dicono studi e ricerche) non conosce il significato delle certificazioni DOP e IGP STG e chi più ne ha più ne metta. Ma torniamo alla nuova legge e la suo contenuto. La prima novità consiste nella definizione di prodotti chilometro 0 che la norma definisce come: "I prodotti dell'agricoltura e dell'allevamento compresa l'acquacoltura, provenienti da luoghi di produzione e di trasformazione della materia prima o delle materie prime agricole primarie utilizzate posti a una distanza non superiore a 70 chilometri di raggio dal luogo di vendita, o comunque provenien-

ti dalla stessa provincia del luogo di vendita, o dal luogo di consumo del servizio di ristorazione (...ma quindi, se un prodotto è nella stessa provincia non vale più la regola dei 70 chilometri? Ndr), e i prodotti freschi della pesca in mare e della pesca nelle acque interne e lagunari, provenienti da punti di sbarco posti a una distanza non superiore a 70 chilometri di raggio dal luogo di vendita o dal luogo di consumo del servizio di ristorazione, catturati da imbarcazioni iscritte nei registri degli uffici marittimi delle capitanerie di porto competenti per i punti di sbarco, e da imprenditori ittici iscritti nei regi-



stri delle licenze di pesca tenuti presso le province competenti". La legge introduce un'altra definizione quella della filiera corta nazionale che riguarda, i prodotti agricoli e alimentari prodotti nel territorio nazionale (non è valida se i prodotti provengono da zone fuori del territorio italiano), questa categoria comprende: *"I prodotti la cui filiera produttiva risulti caratterizzata dall'assenza di intermediari commerciali, composta da un solo intermediario tra il produttore, singolo o associato in diverse forme di aggregazione, e il consumatore finale. Le cooperative e i loro consorzi non sono considerati intermediari"*. Cominciamo con il dire che la norma discrimina altre forme di aggregazioni quali i distretti rurali che riuniscono aziende agricole non cooperative e i consorzi tra produttori sempre di tipo non cooperativo, decisione che non ha una spiegazione logica. Ma la cosa che lascia perplessi è l'introduzione della cosiddetta filiera nazionale: se l'intenzione del legislatore è stata quella di evitare i passaggi tra soggetti diversi lungo la filiera commerciale, questo dovrebbe valere a prescindere da un limitazione di tipo territoriale. Facciamo anche notare che le due definizioni non vanno d'accordo con quanto prevedono i Criteri Minimi Ambientali che danno altre definizioni e la legge in questione non ha introdotto nessuna modifica in proposito come ha fatto per alcuni articoli del codice degli appalti di cui parleremo più avanti. I CAM definiscono la filiera corta come: *"La vendita diretta tra produttore primario o associazioni di produttori primari e centro di preparazione del pasto, sia la vendita tra l'impresa che gestisce la piattaforma per la distribuzione dei prodotti, purché questa si configuri come unico intermediario con il produttore primario e centro di preparazione del pasto e purché la piattaforma sia collocata entro il Km 0 (o chilometro utile, nel caso dei piccoli comuni), come nel seguito definito. Nel caso*

dei prodotti locali trasformati, il produttore: "È l'azienda di trasformazione, che utilizza materie prime o i principali ingredienti del prodotto trasformato, locali (ovvero prodotti da Km 0)". Appare chiaro che vi è una netta differenza tra le due definizioni quindi è lecito porsi la domanda: quale norma prevale?...

Ma che bisogno c'era di sbizzarrirsi a trovare nuove definizioni quando ne esiste una prevista dal regolamento (UE) n. 1305/2013]: che definisce la filiera corta come: *"Una filiera di approvvigionamento formata da un numero limitato di operatori economici che si impegnano a promuovere la cooperazione, lo sviluppo economico locale e stretti rapporti socio territoriali tra produttori, trasformatori e consumatori"*.

Un altro nodo dolente, riguarda la differenza che si registra a proposito della definizione di Km 0. I CAM danno la seguente definizione; *"chilometro zero"* (o, nel caso dei piccoli comuni *"chilometro utile"*) una distanza tra terreno coltivato/sito dell'allevamento e centro di cottura, o interno o esterno, pari a 200 Km (o 150 km qualora la stazione appaltante volesse seguire le indicazioni previste nell'ambito

del D.l.18 dicembre 2017 recante *"Criteri e requisiti delle mense scolastiche biologiche"*) e, *70 Km nel caso dei piccoli comuni. Nelle isole maggiori (Sicilia e Sardegna), si considerano provenienti da chilometro zero le derrate provenienti dall'intero territorio regionale"*.

Le definizioni come si noterebbe sono in netto contrasto. La domanda che sorge è sempre la stessa: quale norma prevale sull'altra? La risposta al momento non c'è possiamo solo augurarci che si trovi un'armonizzazione tra queste regole perché quando la nuova legge verrà pubblicata sulla gazzetta ufficiale ed entrerà in vigore, creerà altrimenti molti problemi ai responsabili dei procedimenti chiamati a redigere gli atti di gara.

Buoni propositi

Secondo i proponenti, questa

norma annovera tra gli obiettivi quello di favorire l'incontro tra produttori e gestori della ristorazione collettiva. Attraverso misure che favoriscono l'incontro diretto tra i produttori di prodotti a filiera corta e a Km 0 e i soggetti gestori, pubblici e privati, della ristorazione collettiva. È previsto inoltre che le regioni e gli enti locali, d'intesa con le associazioni di rappresentanza del commercio e della grande distribuzione organizzata, possano favorire, all'interno dei locali degli esercizi della grande distribuzione commerciale, la destinazione di particolari aree alla vendita dei prodotti agricoli e alimentari a chilometro zero e di quelli provenienti da filiera corta. Per la verità le aziende della GDO da molto tempo acquistano prodotti direttamente dai produttori e sulle modalità di acquisto in passato ci sono state parecchie polemiche così come sulle modalità di definizione dei prezzi. I produttori lamentavano le pratiche del doppio ribasso che in sostanza era ed è un meccanismo per strozzare i produttori, senza che il consumatore ne abbia un reale vantaggio. Un esempio su tutti quello del famoso pomodoro Pachino IGP, che alla produzione viene pagato 30/40 centesimi al chilo e al super mercato viene venduto a 4 euro al chilo. Le novità non sono finite perché la nuova legge prevede l'Istituzione del logo *"chilometro zero"* e del logo *"filiera corta"* e demanda al MIPAF la stesura di un apposito decreto in tal senso. Il medesimo decreto dovrà definire altresì: *"Le modalità di verifica e di attestazione della provenienza dall'ambito territoriale dei prodotti agricoli e alimentari nonché gli adempimenti relativi alla tracciabilità e alle modalità*

LEGGE 8 NOVEMBRE 2013, N. 128 ART 4

Per le medesime finalità di cui al comma 5, nei bandi delle gare d'appalto per l'affidamento e la gestione dei servizi di refezione scolastica e di fornitura di alimenti e prodotti agroalimentari agli asili nido, alle scuole dell'infanzia, alle scuole primarie, alle scuole secondarie di primo e di secondo grado e alle altre strutture pubbliche che abbiano come utenti bambini e giovani fino a diciotto anni di età, i relativi soggetti appaltanti devono prevedere che sia garantita un'adeguata quota di prodotti agricoli e agroalimentari provenienti da sistemi di filiera corta e biologica, nonché l'attribuzione di un punteggio per le offerte di servizi e forniture rispondenti al modello nutrizionale denominato «dieta mediterranea», consistente in un'alimentazione in cui prevalgano i prodotti ricchi di fibre, in particolare cereali integrali e semi integrali, frutta fresca e secca, verdure crude e cotte e legumi, nonché pesce, olio extravergine d'oliva, uova, latte e yogurt, con una limitazione nel consumo di carni rosse e zuccheri semplici. I suddetti bandi prevedono altresì un'adeguata quota di prodotti per soddisfare le richieste di alimenti per coloro che sono affetti da celiachia.

con cui fornire una corretta informazione al consumatore". Ma a tal proposito, facciamo notare che le informazioni sulla provenienza dei prodotti sono già contenute nell'etichetta, secondo quanto previsto dal Reg.UE n. 1169/2011, e che la tracciabilità è obbligatoria ai sensi del Regolamento (CE) n178/2002.

La norma prevede poi che i luoghi debbano essere esposto nei luoghi di vendita diretta, nei mercati, negli esercizi commerciali o di ristorazione o di somministrazione ovvero negli spazi espositivi appositamente dedicati o comunque posto in evidenza all'interno dei locali, anche della grande distribuzione, ed venga pubblicato nelle piattaforme informatiche di acquisto o distribuzione che forniscono i prodotti agricoli e alimentari. Il richiamo generico alla ristorazione lascia intendere che si la norma riferisca anche alla ristorazione collettiva e, se così fosse, e vedremmo delle belle, poiché come è noto non tutti i prodotti che vengono usati nella ristorazione sono a filiera corta e a km0 quindi sotto il logo andrebbe messa una lista di tali prodotti, dal momento che il logo non può essere apposto sui prodotti, sulle loro confezioni e su qualsiasi imballaggio utilizzato per la vendita.

Un altro obiettivo della norma è quello della promozione dei prodotti a chilometro zero o provenienti da filiera corta nella ristorazione collettiva andando a modificare un articolo del codice degli appalti che aveva le stesse intenzioni. L'articolo in questione, precisa che la valutazione dell'offerta tecnica tiene conto, in particolare, degli aspetti relativi a fattori quali la qualità dei prodotti alimentari con particolare riferimento a quella di prodotti biologici, tipici e tradizionali e di prodotti a denominazione protetta e a indicazione geografica tipica. La versione precedente prevedeva che la valutazione dell'offerta tecnica tenesse conto, in particolare, degli aspetti relativi a fattori quali la qualità dei

generi alimentari con particolare riferimento a quella di prodotti biologici, tipici e tradizionali, di quelli a denominazione protetta, nonché di quelli provenienti da sistemi di filiera corta e da operatori dell'agricoltura sociale.

Sempre l'articolo 144 tiene altresì conto del rispetto delle disposizioni ambientali in materia di green economy, dei criteri ambientali minimi pertinenti di cui all'articolo 34 del presente codice, della qualità della formazione degli operatori e della provenienza da operatori dell'agricoltura biologica e sociale. Sono fatte salve le disposizioni di cui all'articolo 4, comma 5-quater, del decreto-legge 12 settembre 2013, n. 104, convertito, con modificazioni, dalla legge 8 novembre 2013, n.128, (vedi box a pag. 28). Nella suddetta legge si richiede alle stazioni appaltanti d'inserire nei bandi di gara in maniera prescrittiva un'adeguata quota di prodotti agricoli e agroalimentari provenienti da sistemi di filiera corta e biologica, in questo caso è la stazione appaltante che prescrive i prodotti a filiera corta, meccanismo sul quale, personalmente, nutro qualche dubbio sul fatto che si possa fare.

L'articolo prevede inoltre di dare una premialità ai prodotti provenienti da soggetti contemplati all'articolo 6, comma 1, della legge 18 agosto 2015, n. 141 (Vedi Box 2 a pag. 29). Mi preme sottolineare che l'articolo 144 del codice in tutte e due le versioni fa riferimento a prodotti tipici e prodotti a denominazio-

ne protetta. Per chiarire una volta per tutti come sono qualificati questi prodotti rimandiamo al riquadro a pag.28).

A proposito di filiera corta

La definizione di filiera corta data sia dai CAM sia della legge in questione, stona con quella prevista dal regolamento (UE) n. 1305/2013]: che definisce la filiera corta come: *"Una filiera di approvvigionamento formata da un numero limitato di operatori economici che si impegnano a promuovere la cooperazione, lo sviluppo economico locale e stretti rapporti socio territoriali tra produttori, trasformatori e consumatori"*.

Definizione che era prevista dalla legge 158 quella dei piccoli comuni, ma che è stata soppressa assieme al termine chilometro utile contenuto nella stessa norma.

Quindi nei bandi di gara si può

inserire come criterio l'offerta di prodotti locali (impropriamente definiti a Km 0) entro un raggio massimo di 70 Km, ma non a filiera corta neanche locale. Resta da capire se le amministrazioni, dopo avere organizzato incontri con i produttori agricoli e con le aziende di trasformazione per valutare l'offerta potenziale di prodotti previsti nei menù possono prevedere una distanza inferiore a quella prevista dalla norma.

Cosa che già avviene, in molti Comuni, i quali hanno invitato in prossimità dell'indizione della gara di ristorazione, i rappresentanti delle associazioni dei produttori agricoli, di associazioni di aziende di trasformazione, o singole aziende e hanno illustrato nel corso di incontri le esigenze che l'amministrazione aveva in termini di qualità e di quantità di derrate stimata in base al numero degli utenti e del menu e della quantità di ingredienti per ricetta. Alle aziende è stato richiesto la tipologia di prodotti che poteva offrire e al quantità annua. Questi dati sono stati raccolti con un ausilio di un questionario, i dati raccolti sono stati messi a disposizione dei concorrenti. Non mi resta che concludere affermando che questa nuova norma non aggiunge e non toglie niente a quanto già previsto, in compenso, così com'è, può solo generare una gran confusione...

PRODOTTI TIPICI

Attraverso il sistema dei marchi di tutela (identificati dagli acronimi DOP, IGP e STG), l'Unione Europea ha cercato di garantire e tutelare la tipicità di prodotti, territori e culture specifiche cercando di eliminare, almeno in parte, gli ostacoli rappresentati da abusi o dalla concorrenza sleale.

In particolare:

- I marchi DOP, IGP e STG delle produzioni agroalimentari tipiche regionali (regolate al Reg. UE 1151/2012 e del DM del 14/10/2013);
- I vini DOC, DOCG e IGT
- Alle denominazioni regolate da norme europee si aggiungono poi i prodotti agroalimentari tradizionali (PAT) di cui al D.M. 350/99;



Praticità e gusto al vostro servizio



**OLIO EXTRAVERGINE DI OLIVA 100% ITALIANO - OLIO EXTRAVERGINE DI OLIVA EU - OLIO DI OLIVA
ACETO BALSAMICO DI MODENA IGP - ACETO DI VINO BIANCO - ACETO DI MELE - SALE IODATO - PEPE NERO**

General Fruit presenta una linea di condimenti monodosi, ottimi per insaporire ogni tipo di pietanza dal classico piatto d'insalata a piatti più elaborati.

Un prodotto monodose che rispetta le norme di sicurezza

e che grazie al suo pratico formato permette

di gustare ogni tipo di piatto

con la massima comodità.

Disponibili in pratici box.

**MASSIMA
PRATICITÀ**



PROFESSIONAL FRUIT DRINKS - General Fruit S.r.l. Via Torquato Tasso, 8/10
24060 Credaro (BG) ITALY - Tel +39 035 927030 - info@generalfruit.com
www.generalfruit.com - [f](#) General Fruit Srl - [i](#) generalfruit - [in](#) General Fruit Srl



OFFICIAL SPONSOR
2021/22

Italia sì **Italia no**

Nel cibo (e non solo) la buona notizia è che l'Italian Style tira sempre alla grande. La cattiva è che non ha alcun bisogno dell'Italia per fare proseliti in tutto il mondo

di A. A.



Se c'è una cosa che ci invidiano in tutto il mondo, si sa, è il nostro modo di mangiare: da come e cosa cuciniamo fino al modo in cui consumiamo il pasto. E se qualcuno riuscisse a codificare e riprodurre il nostro modo vivere attorno a un tavolo imbandito, potrebbe esportandolo, diventare sicuramente ricco.

Provate a immaginare a quante isole di italianità potremmo predisporre là dove il modo di vivere e di mangiare

è di tutt'altro tenore. È cavalcando questa onda che nel 2022 nella gelida Germania, per la precisione ad Amburgo, è stata fondata **Vapiano**, l'esempio più fulgido di ristorante con cucina tipica italiana in cui di italiano non c'è niente se non il nome e la progettazione degli spazi pensati dall'architetto Matteo Thun. Eppure l'insegna, nel momento di massimo splendore, è approdata in Australia, in Cina, in Arabia Saudita

e negli States, arrivando alla quotazione in borsa nel 2017 forte di 230 locali e di un successo ormai planetario.

Da Vapiano la pasta è fresca, fatta a mano e cotta al momento cosa che manda in brodo di giuggiole la clientela. La pizza è bassa, non proprio il massimo per noi italiani ma non siamo certo noi i clienti tipo della catena. E comunque l'offerta corrisponde abbastanza bene allo stereotipo che hanno della

cucina italiana quegli stranieri che la conoscono poco. Non a caso Vapiano non c'è in Italia. Così come lo stivale non è certo e difficilmente lo sarà, terra di conquista per le pizze di Pizza Hut o i cappuccini di Starbucks.

Per Vapiano poi le cose poi non sono andate per il verso giusto. L'espansione forse troppo rapida e mal gestita, le perdite e il crollo in borsa sono state, complice la recente pandemia il motivo per cui

LE PIÙ GRANDI CATENE "A TEMA CUCINA ITALIANA" NEGLI USA

(fonte: Top 250 di Technomic)

Insegna	Giro d'affari 2019 (\$000,000)	Punti vendita
Olive Garden	\$4,287	866
Carrabba's Italian Grill	\$653	225
California Pizza Kitchen	\$621	199
Mellow Mushroom	\$462	187
Maggiano's Little Italy	\$418	53
Old Chicago Pizza & Taproom	\$276	109
Romano's Macaroni Grill	\$218	85
Brio Tuscan Grille	\$217	57
Uno Pizzeria & Grill	\$196	85
Buca di Beppo	\$190	76
Giordano's	\$174	70
LaRosa's Pizzeria	\$165	66
Anthony's Coal Fired Pizza	\$154	68
The Old Spaghetti Factory	\$151	42

nella primavera del 2020 Vapiano ha presentato istanza di insolvenza, a seguito della quale Vapiano passa nelle mani di Love & Food Restaurant Holding, società fondata da un gruppo di operatori del canale Horeca che hanno riacceso i motori dell'insegna con l'intenzione di riportarla tra i protagonisti del fast casual in Europa.

Importanti gli obiettivi individuati dalla nuova gestione per per gli anni a venire da raggiungere per lo più a colpi di digitalizzazione e take away. Ma al di là di quale sarà il futuro di Vapiano c'è da chiedersi come mai un fenomeno di questo tipo che tra gestione diretta e franchising sfiora i 250 locali a tema italiano non abbia mosso iniziative altrettanto di successo tra importanti aziende del settore alimentare o gruppi della ristorazione di casa nostra. Il punto fermo resta che le eccellenze della cucina italiana sono portate in giro per il mondo da un gruppo di imprenditori (per lo più tedeschi e americani) e che gli stranieri più intraprendenti individuano sempre di più nei prodotti della nostra enogastronomia, un modo per affermarsi prepotentemente

sul mercato e fare cassa. Noi, invece, che le eccellenze le abbiamo in casa, le consegniamo agli altri. Perché la più diffusa catena di ristoranti di cucina italiana nel mondo non può essere made in Italy?

Esempi di successo

Dalla Spagna con furore, arriva **La Tagliatella**. Ecco un altro insegna che ha saputo farsi strada grazie a un nome e ad un'offerta che di iberico

ha ben poco. Stiamo parlando di una catena che vanta un expertise nella preparazione di piatti italiani di alto livello (?) (pasta e pizza in primis) presi in prestito dalla tradizione culinaria di Liguria, Reggio Emilia e Piemonte, mah... Tralasciando giudizi sulla bontà o meno del menù non si può certo dire che il format non abbia funzionato. Per molto tempo l'insegna è stata di proprietà del gruppo Restauravia (che tra l'altro aveva anche l'insegna Trastevere...), sotto

le gestione del quale in Spagna hanno visto la luce più di 100 ristoranti. Dal 2011 è entrata nell'orbita del più grande gruppo di ristoranti indipendenti della Polonia, Amrest, quotato alla Borsa di Varsavia che gestisce 750 fast-food dei marchi internazionali più noti in giro per l'Europa centrale e orientale e che ha dichiarato la volontà di portare La Tagliatella nel mondo. Con numeri meno interessanti ma un nome tipico italiano la Spagna si segnala anche per l'insegna Bruno Caruso (10 locali) in diretta in competizione con... La Mafia una catena che conta 34 locali e 400 dipendenti in varie città. L'insegna, finché ha potuto ha fatto grandi utili grazie al discutibile brand. "Nessuna offesa all'Italia, è solo questione di affari" avevano dichiarato tempo fa i proprietari. Fatto sta che nel 2018 La Corte di giustizia Ue, con sede a Lussemburgo, ha dichiarato nulla la registrazione del marchio all'interno dell'Unione europea accogliendo un'istanza in tal senso giunta proprio dal nostro paese. Nel Regno Unito a sorprendere sono le caffetterie: i 400 punti vendita Caffè Nero si rappresentano come dei bar italiani, tanto





Dal Tricolore a... le stelle e le strisce

Se poi si guarda agli Stati Uniti, la patria delle catene di ristorazione, si perde il conto delle insegne italiane (spesso fondate da italoamericani) e dei punti di ristoro. Dalle lasagne alla pizza, dagli spaghetti al tiramisù, gli americani non ne hanno mai abbastanza. Non sorprende che un ristorante su otto negli Stati Uniti serva cibo italiano, il che significa che ci sono circa 100.000 ristoranti italiani nel paese. Tra

che le pareti sono tappezzate di foto in bianco e nero di paesaggi della provincia italiana. Ma a ideare il business fu il londinese Gerry Ford, che rimase folgorato guardando i baristi di Roma. Il colosso Costa Group, 1.400 caffetterie nel mondo, fu invece fondato dai fratelli Sergio e Bruno Costa, che poi vendettero il marchio alla multinazionale Whitbread.

Francesca-Cucina Familiare (con la elle) invece un fenomeno francese: oggi sono poco più di 80 i ristoranti della catena sviluppata dalla coppia Francesca e Bertrand Arbogast, che inaugurarono il primo locale nel 1997 a Strasburgo. Al di là dei Pirenei l'insegna non si è unicamente cimentata con la clonazione del tipico ristorante italiano ma ha anche sviluppato sulla stessa falsariga un concept fast food. Nasce così un piccolo punto vendita, che fa con la pasta quello che Subway fa con i sandwich. La clientela punta il dito verso maccheroni, penne o spaghetti e in menù che non si dica si ritrovano una porzione di pasta condita con un sugo a scelta adagiata in un contenitore di cartone pronta per essere mangiata a un tavolo o per strada.

Un'esperienza non proprio indimenticabile per noi italiani ma che ha portato all'apertura di oltre 130 locali tra Francia e altri otto Paesi tra cui Messico e Libano.



le catene di "casual dining" italianeggianti, **Olive Garden** (il Giardino degli Ulivi) con i suoi 800 locali, è sicuramente l'esempio più clamoroso di come la cucina italiana sia apprezzata negli USA. Funzionano piuttosto bene anche **Carabba's Italian Grill** con circa 230 location, tanti quanti ne contano **Romano's Macaroni Grill** e **Fazoli's**. Seguono **Buca di Beppo**, **Uno Chicago Grill**, con più di cento locali ciascuno, e decine se non centinaia di insegne minori. Uno degli astri nascenti è **Piada Italian Street Food**, catena fondata da Chris Doody, originario dall'Ohio, che dopo un viaggio a Rimini ha capito che la piadina (descritta agli americani come una sorta di burrito) poteva sfondare nel mercato americano.



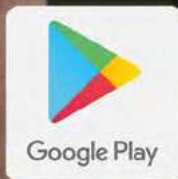
Ristorando. 
collettiva-commerciale moderna
Pocketmags Europe
Gratis · Offre acquisti in-app

Istantanee

iPhone iPad



**Oggi più che mai
puoi leggerci
dove, come e quando vuoi**



www.edifis.it

I vostri dubbi, i nostri chiarimenti

A partire da questo mese Ristorando raccoglie le vostre domande in merito a procedimenti amministrativi, appalti e contratti nel mondo della ristorazione con lo scopo di restituire pareri e indicazioni utili alla vostra attività

di Simone Chiarelli - esperto in diritto amministrativo, dirigente PA

D: Vi sono margini per le stazioni appaltanti per derogare ai CAM? o potrebbero essere impugnati i relativi bandi?

R: La questione, da sempre oggetto di discussione nella prassi e in dottrina è stata pressoché definitivamente risolta con la sentenza del Consiglio di Stato Sez. V, del 3 febbraio 2021, n. 972 nella quale si segnala come i criteri ambientali minimi (nel caso di specie quelli del D.M. 7 marzo 2012) "rappresentano invece gli strumenti per il perseguimento degli obiettivi ambientali, tant'è che ... sono tenuti in considerazione anche ai fini della stesura dei documenti di gara per l'applicazione del criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa. Il giudice ritiene che tali disposizioni, lungi dal risolversi in mere norme programmatiche, costituiscono in realtà obblighi immediatamente cogenti per le stazioni appaltanti, come si desume plasticamente dal terzo comma dell'art. 34, il quale sancisce che "L'obbligo si applica per gli affidamenti di qualunque importo, relativamente alle categorie di forniture e di affidamenti di servizi e lavori oggetto dei criteri ambientali minimi adottati nell'ambito del citato Piano d'azione".

D: Siamo tenuti ad imporre alla nostra in house il rispetto dei CAM?

R: I CAM sono stati introdotti come strumento obbligatorio per le stazioni appaltanti. nell'acquisto di beni, lavori e servizi rientranti nelle categorie individuate dal PAN GPP. In questi casi vi è dunque il formale obbligo di inserire nei bandi - a prescindere dal valore dell'importo - le specifiche tecniche e le clausole contrattuali individuate dai CAM. Sotto questo profilo, il Consiglio di Stato (Sez. IV, sent. 22/10/2021 n. 7093) ritiene vincolati tali strumenti esclusivamente nelle procedure di evidenza pubblica, ciò in quanto dette clausole contrattuali rappresentano un costo per l'operatore di mercato che, al momento della progettazione di una procedura ad evidenza pubblica, è giusto venga debitamente considerato dalla stazione appaltante nella determinazione dell'importo a base di gara. Situazione, questa, non comparabile con l'affidamento in house, rispetto alla quale la stazione appaltante potrà effettuare diverse valutazioni.

D: In questi giorni si sente parlare di una nuova riforma del Codice degli appalti. Ma riguarderà anche i CAM e saranno immediatamente operative?

R: Il Governo, anche sulla spinta dell'Unione Europea e delle accelerazioni dovute alla necessità di attuare il PNRR ha proposto un disegno di legge (A.C. 3514) di delega per la riforma complessiva del Codice dei contratti pubblici su numerosi punti ed aspetti. Nel provvedimento si pone l'esigenza della semplificazione delle procedure finalizzate alla realizzazione di investimenti in tecnologie verdi e digitali per conseguire gli obiettivi dell'Agenda 2030 e di incrementare il grado di

e c o - sostenibilità degli investimenti pubblici e delle attività economiche secondo i criteri di cui al regolamento (UE) 2020/852 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 18 giugno 2020". In quest'ottica vi è la previsione di misure volte a garantire il rispetto dei criteri di responsabilità energetica e ambientale nell'affidamento degli appalti pubblici e dei contratti di concessione, in particolare attraverso la definizione di criteri ambientali minimi, da rispettare obbligatoriamente, differenziati per tipologie ed importi di appalto e valorizzati economicamente nelle procedure di affidamento, e l'introduzione di sistemi di rendicontazione degli obiettivi energetico-ambientali.

A close-up portrait of a young woman with red hair, smiling warmly. She is wearing a dark blue Sodexo cap with a red trim and a blue polo shirt with a red diagonal stripe across the chest that features the Sodexo logo. The background is softly blurred.

Ogni giorno con un sorriso

Sodexo è con te



It all starts with the everyday

it.sodexo.com



Aziende e Organizzazioni
Scuole e Università
Nidi d'infanzia
Ospedali, Strutture sanitarie e RSA



La pandemia accelera la diffusione dell'obesità

Il report 2022 dell'Organizzazione mondiale della sanità lancia l'allarme per la Regione Europea

di Emilia Guberti

L'OMS ha recentemente pubblicato il Rapporto 2022 sull'obesità in Europa che evidenzia come sovrappeso e obesità abbiano raggiunto proporzioni epidemiche.

La prevalenza dell'obesità negli adulti è più alta che in qualsiasi altra Regione dell'OMS, ad eccezione delle Americhe. La situazione non sembra migliorare nel tempo e le prevalenze sono ancora in aumento in quasi tutti i Paesi.

Il 59% degli adulti europei e

quasi 1 bambino su 3 (29% dei maschi e 27% delle femmine) è in sovrappeso o affetto da obesità, ormai considerata una vera e propria malattia. Inoltre, la pandemia di COVID-19 sembra aver peggiorato la situazione.

I primi studi relativi a diversi paesi europei indicano che la prevalenza di sovrappeso ed obesità e/o dell'indice di massa corporea medio è aumentata nei bambini e negli adolescenti durante la pandemia di

COVID-19. In questo periodo le persone hanno avuto una maggiore esposizione ai fattori di rischio dell'aumento di peso, compreso un aumento dello stile di vita sedentario e del consumo di cibi poco salutari.

I costi dell'eccesso ponderale

Sovrappeso e obesità sono tra le principali cause di morte e disabilità nella Regione Europea dell'OMS e stime recenti

ti suggeriscono che causano più di 1,2 milioni di decessi all'anno, corrispondenti a oltre il 13% della mortalità totale. L'eccesso ponderale è anche il principale fattore di rischio per la disabilità, causando il 7% di anni totali vissuti con disabilità. Stime recenti suggeriscono che il sovrappeso e l'obesità siano il quarto fattore di rischio più comune per le malattie croniche degenerative, dopo l'ipertensione, i rischi dietetici e il tabacco. Mentre è da tempo noto che



AEROPORTO CARAVAGGIO

Orio al Serio - Bergamo

12 OZ & I LOVE POKE

CASCINA GOBBA EST

Milano

BRICIOLE



MUGGIANO OVEST

Milano

CAFFÈ VERGNANO



AEROPORTO CAPODICHINO

Napoli

CARREFOUR EXPRESS



STAZIONE TERMINI

Roma

RINALDINI



AEROPORTO LEONARDO DA VINCI

Roma

12 OZ



LOCATOR MAP

AREAS Italia

FERMATI NEI NOSTRI NUOVI STORE!

LE SOSTE CHE SI FANNO SULLA STRADA DELLE VACANZE
SONO PARTE INTEGRANTE DEL VIAGGIO. FAI IN MODO CHE OGNI PAUSA
DIVENTI UN BEL RICORDO: FERMATI CON NOI!

areas 
Savor your way

www.areas.com
www.mychef.it

L'obesità aumenta il rischio di malattie cardiovascolari, diabete di tipo 2 e malattie respiratorie croniche, si è anche osservato che le persone con obesità hanno un aumentato rischio di complicanze e mortalità nel caso di infezione da SARS-CoV-2, l'agente di COVID-19.

Le policy anti obesità

Secondo il rapporto nessuno dei 53 Stati membri della Regione europea sembra sulla buona strada per perseguire l'obiettivo dell'OMS di fermare l'aumento dell'obesità entro il 2025.

Da qui l'urgenza di politiche in grado di invertire la tendenza. Gli sforzi per prevenire l'obesità dovrebbero allontanarsi da approcci incentrati solo sugli individui e affrontare i fattori strutturali dell'obesità.

In particolare gli interventi si dovrebbero concentrare sui determinanti ambientali e commerciali della scorretta alimentazione, ritenuti più efficaci nell'invertire l'epidemia di obesità, affrontare le disuguaglianze e assicurare sistemi alimentari sostenibili.

Il rapporto dell'OMS enuncia alcune politiche che si stanno dimostrando promettenti nel ridurre i livelli di obesità e sovrappeso:

- l'attuazione di interventi fiscali come la tassazione delle bevande zuccherate o i sussidi per cibi sani
- la restrizioni alla commercializzazione di alimenti non salutari per i bambini
- il miglioramento dell'accesso ai servizi di gestione dell'obesità e del sovrappeso nell'assistenza sanitaria di base, nell'ambito della copertura sanitaria universale.

Viene sottolineata la necessità di gestire il problema dell'obesità durante tutto il corso della vita (*long life*) e contrastare gli ambienti "obesogeni" che ne favoriscono la crescita.



Fondamentali sono gli sforzi per migliorare la dieta sin da prima del concepimento e la gravidanza, la promozione dell'allattamento al seno, gli interventi a scuola e gli interventi per creare ambienti che migliorino l'accessibilità e la convenienza dei cibi sani ed una vita attiva.

Il rapporto non trascura le sfide più recenti, tra cui il marketing digitale problematico per i bambini e l'impatto della pandemia di COVID-19 sulla prevalenza dell'obesità sottolineando l'importanza di includere la prevenzione e il controllo dell'obesità entro le misure della ricostruzione post pandemica.

Affrontare l'obesità è una priorità dell'*European Programme of Work 2020-2025: United Action for Better Health* per promuovere la salute dei cittadini della Regione europea ed è fondamentale per raggiungere gli obiettivi di sviluppo sostenibile di Agenda ONU 2030.

L'impegno italiano contro il sovrappeso

Il Piano della prevenzione (Pnp) 2020-25 e quello nazionale di ripresa e resilienza (Pnrr) rappresentano occasioni irrinunciabili per promuovere le policy suggerite dall'OMS.

Nel Pnp 2020-25 l'obesità viene indicata come uno dei fenomeni su cui agire attraverso un approccio life course e ponendo particolare attenzione al setting scolastico, agli ambienti di lavoro, ai servizi socio sanitari.

In particolare il Piano nazionale della prevenzione prevede fra le linee strategiche d'intervento lo sviluppo di conoscenze e competenze di tutti i componenti della ristorazione collettiva e degli addetti alla preparazione e distribuzione dei pasti sull'importanza della sana alimentazione per prevenire le patologie croniche e loro complicanze, per ridurre lo spreco

alimentare e l'impatto ambientale correlato all'alimentazione. Il Piano nazionale di ripresa e resilienza, dal canto suo, prevede il Piano di estensione del tempo pieno e mense nella scuola (Componente 1.2. della Missione 4).

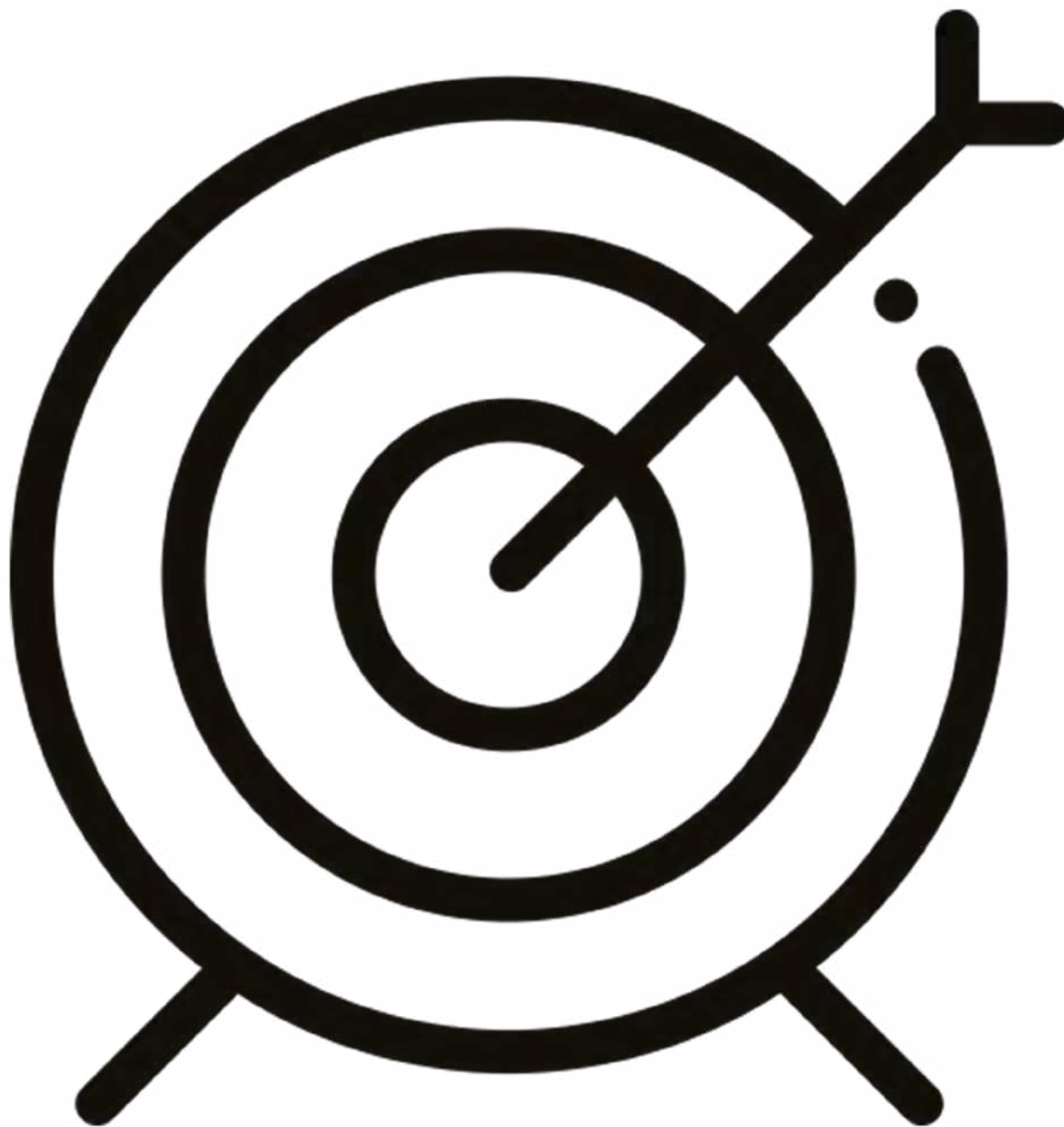
Tra gli investimenti sono previsti circa 400 milioni di euro per la riqualificazione degli spazi e delle mense.

Il 57,68% delle risorse sono indirizzate alle regioni del Mezzogiorno (circa 230 milioni sui 400 milioni di euro previsti) che maggiormente ne sono carenti. La creazione di mille nuove mense scolastiche è un obiettivo importante per promuovere un'alimentazione qualitativamente adeguata indispensabile presupposto per il contrasto all'obesità oltre che alla povertà alimentare che con l'avvento della pandemia ha interessato un numero crescente di famiglie con figli anche in Italia.

Secondo l'Istat la presenza di figli minori continua ad essere un fattore che espone maggiormente le famiglie al disagio; infatti l'incidenza di povertà assoluta si conferma elevata (11,5%) per le famiglie con almeno un figlio minore e nel caso di famiglie formate da coppie con 3 o più figli sale al 20,0% (Report Istat 8 marzo 2022).



**Informazione e networking:
la nostra forza è il target mirato**



Ristorando

retail TRAVEL RETAIL
SHOPPING CENTER
& food

BARtù
Bar | Alberghi | Ristoranti

italiano
l'Orafo
Since 1964

**L'INDUSTRIA
DELLA GOMMA**



EDIFIS Srl - Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano - www.edifis.it - info@edifis.it

RISTORAZIONE
2022

Speciale convegno



Un passo avanti

Dopo lo stop imposto dal Covid, l'undicesima edizione della mostra-convegno di Ristorando ripropone con successo la propria formula fatta di un fitto calendario di incontri sugli argomenti chiave per il futuro della ristorazione moderna e tante occasioni di incontro e confronto tra domanda e offerta di servizi



Ce l'abbiamo fatta. Non appena la morsa dell'emergenza sanitaria ce l'ha consentito, siamo tornati a riempire il centro convegni delle Stelline di Milano con il nostro consueto appuntamento dedicato ai professionisti di catering e food service. Lo spazio espositivo che incornicia il cosiddetto chiostro della magnolia, cuore del palazzo sede dell'evento, è stato animato dagli stand dei numerosi sponsor a loro volta uniti dal simbolico abbraccio delle 5 sale da convegno che hanno dato vita ai 14 incontri in programma. A dare il via ai lavori, come consuetudine, il saluto di **Ristorando** e del suo direttore **Antonio Savoia**, che ha introdotto la puntuale analisi del settore della ristorazione curata dal capo ufficio studi di FIPE **Luciano Sbraga** che ha inquadrato nitidamente il recente passato condizionato dall'emergenza sanitaria fino a tracciare le prospettive di un mercato in lenta ma promettente ripresa. La parola è poi passata al presidente della FIPE **Lino Stoppani** che ha voluto sottolineare l'importanza e la strategicità della ristorazione per un Paese come il nostro dallo straordinario appeal turistico ed eno-gastronomico, che molto più di altri

ambiti imprenditoriali ha subito l'onda d'urto del Covid sulla propria attività. È toccato poi a **Carlo Scarsciotti**, presidente Angem e portavoce Oricon, mettere la platea di fronte alle criticità passate ed attuali con cui fa i conti la ristorazione collettiva, come il calo dei volumi e dei fatturati delle SRC del 2020 e 2021 causa pandemia e il fenomeno dello smart working portato in dote dall'emergenza sanitaria e in parte metabolizzato dal mondo del lavoro generando un scossone non da poco al segmento dell'aziendale. Il tutto in un contesto di forti tensioni generate dall'aumento dei prezzi di energia e derrate alimentari. Al tavolo del convegno di apertura ha partecipato anche l'onorevole **Bruno Tabacci** Sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio del Governo Draghi, con delega alla programmazione e coordinamento economico, che dopo aver ascoltato attentamente le istanze dei rappresentanti delle associazioni di categoria, ha voluto inquadrare il settore della ristorazione in un contesto di più ampio respiro in cui tutto il sistema Paese si trova a dover cogliere le future opportunità con la massima attenzione e il dovuto impegno.



CONVEGNO APERTURA



ANTONIO SAVOIA



BRUNO TABACCHI



LINO STOPPANI



CARLO SCARSCIOTTI



LUCIANO SBRAGA

PROPOSTE DI MODIFICA DEI CRITERI MINIMI AMBIENTALI PER LA RISTORAZIONE

Dalle puntuali analisi e considerazioni espresse nel corso dell'evento, sono emerse una serie di suggestioni che hanno messo a fuoco le principali problematiche ed individuato possibili soluzioni per rendere le disposizioni di legge più agevoli nell'applicazione e coerenti con altre disposizioni in essere. Oggi come oggi il Decreto contenente i CAM per la ristorazione collettiva, una volta calato nella gestione degli appalti da parte degli enti locali, viene frequentemente snaturato. Indipendentemente dagli elementi appena citati, al tavolo si è parlato dell'incidenza dei costi che i CAM hanno sul prezzo del pasto oggi più che mai insostenibile da parte dalle società appaltatrici. E dagli interventi dei relatori è emerso chiaramente l'aspetto che riguarda le difficoltà nel mettere in pratica le prescrizioni che la norma prevede, costringendo in buona sostanza molte amministrazioni a disattendere. Il quadro emerso nel corso del convegno non può quindi prescindere da una serie di interventi mirati ad alleggerire stazioni appaltanti e fornitori di servizi dai propri compiti come redigere capitolati puntuali e produrre offerte adeguate e sostenibili anche sotto il profilo del conto economico.



PIERO FERRARI

GABRIELLA IACONO



CORRADO GIANNONE



MAURO CORNO



LORENZO ASPESI



ANTONIO MIRAGLIES



GIULIO BAROCCO

POVERTÀ ALIMENTARE: NON SOLO COVID

La tavola rotonda sulla povertà alimentare è stata animata da economisti, pubblici amministratori, associazioni di volontariato e società scientifiche. Anna Scavuzzo - Vice Sindaco di Milano ha illustrato il Dispositivo di Aiuto Alimentare a famiglie con minori in vulnerabilità sociale ed economica, anziani e persone fragili adottato in occasione della pandemia con la collaborazione di Milano Ristorazione, Protezione Civile, Onlus. Daniele Tirelli ha sottolineato la necessità di rivedere strategie produttive e commerciali con formati di vendita e ristorazione essenziali e più economiche per portare sollievo reale ai redditi più bassi. Giovanni Melli dal canto suo, ha parlato dell'attività di contrasto alla povertà economica, relazionale, sociale attraverso le "Cucine Popolari", una rete di mense nelle quali vengono preparati ed erogati pasti a favore di persone svantaggiate. Maria Chiara Patuelli ha illustrato il progetto "Un piatto per tutti" che ha messo in rete e potenziato, gli interventi a favore di famiglie e persone in difficoltà sull'intero territorio della Città Met-



EMILIA GUBERTI



DANIELE TIRELLI



ANNA SCAVUZZO



GIOVANNI MELLI



MARIA CHIARA PATUELLI

ropolitana di Bologna. Emilia Guberti che ha coordinato la tavola rotonda, in veste coordinatore del gruppo di Lavoro Alimenti e Nutrizione SItI, ha

ricordato l'importanza del contrasto alla povertà alimentare per favorire un'alimentazione qualitativa e quantitativamente equilibrata indispensabile alla

prevenzione delle malattie cronico degenerative: malattie cardiovascolari, diabete, cancro, obesità in primis.

APPROCCIO METODOLOGICO PER LA PROGETTAZIONE DI NUOVE STRUTTURE DI RISTORAZIONE

Il dibattito sul tema dell'incontro, prescinde da numerose componenti, a partire dalle scelte distributive ed architettoniche passando per il confort ambientale degli utenti e degli addetti, fino ad affrontare i modelli produttivi, le componenti specifiche e di innovazione legate agli impianti ed alle attrezzature, le materie prime. Proprio in questo contesto, si sono succeduti gli interventi dei relatori, con un focus principale e quanto mai attuale, legato al contenimento dei consumi energetici delle strutture per la ristorazione, attività altamente energivore. Gli interventi hanno sottolineato una volta di più come la progettazione degli ambienti per la ristorazione sia un processo che richiede l'approccio a tematiche specifiche per ogni singolo ambiente che fa parte del "sistema ristorativo" partendo dai centri di produzione dei pasti, fino ad arrivare agli ambienti di consumo: le mense. Approcci e specificità differenti fra loro confluiscono in un denominatore comune che è quello di mettere al centro il pasto e le persone ad esso legate, sia che essi lo producano, sia che lo consumino.



ARTURO LORENZONI



MASSIMILIANO KOCH



RICCARDO GUIDETTI



MATTIA ZUCCHI



DANILO DIOTTI



PAOLO GIACOMAZZI



MARCO FERRONI

LA RISTORAZIONE HA FAME! ANCHE NEI CENTRI COMMERCIALI. QUALE FUTURO?

L'incontro ha fotografato nitidamente il ruolo che la ristorazione ha da tempo assunto e che pur evolvendosi continuerà ad assumere nei centri commerciali dove fino ad inizio pandemia ruotava e dava completezza all'offerta retail. I centri commerciali costituiscono ormai un'insostituibile opportunità di shopping, di fruizione di servizi sanitari, di gioco per i più piccoli e di consumo di prodotti: dal semplice aperitivo al pasto completo. Gli interventi dei relatori hanno poi affrontato il tema della pandemia e di come l'emergenza sanitaria abbia portato in superficie i fenomeni dell'asporto e del delivery che hanno aperto nuovi modi d'acquisto e consumo che si sono rapidamente affiancati alla ristorazione consumata on-site. Dagli interventi che si sono succeduti abbiamo colto ampi segnali di ripresa che fanno oggi i conti con la guerra in corso che, di riflesso, ha fatto enormemente aumentare costi e incertezze. Fortunatamente i dati sui consumi degli italiani fuori casa sono incoraggianti e indicano che, a marzo 2022, il valore del mercato della ristorazione in Italia hanno raggiunto 54,7 miliardi di euro con una crescita del 68% sullo stesso periodo dell'anno precedente.



ROBERTO BRAMATI



ROBERTO ZOIA



MATTEO FIGURA



SÉBASTIEN DE ROSE



ALFIO SCHIATTI



NICO GRAMMAUTA



LUCA D'ALBA



LUCA PIZZIGHELLA



JOSÉ MARIA ROBLES



ALFIERO FUCELLI



GIOVANNI LO RE

LE FRONTIERE DELLA GLOBALIZZAZIONE NEL MONDO DELL'OSPITALITÀ: STRATEGIE DA RICOSTRUIRE 1 E 2

I Professional Members di FCSI Italia con le preziose testimonianze delle aziende Allied dell'Associazione, hanno partecipato (a Ristorazione 2022) organizzando una Tavola Rotonda che si ha posto come obiettivo l'apertura di un ampio dibattito sulle problematiche che deve affrontare il mondo della ristorazione e dell'ospitalità nel processo di adeguamento alle nuove esigenze dei consumatori ed i cambiamenti strutturali del mercato, già in atto. L'incontro si è articolato in due parti analizzando le necessità di sviluppare nuove strategie multidisciplinari in grado di guidare ed accompagnare le aziende nell'affrontare le sfide attuali. I relatori hanno approfondito le problematiche e le opportunità derivanti della sovrapposizione dei concetti dell'economia globalizzata e le esigenze di tutelare e valorizzare le tradizioni e le ricchezze del territorio. La crisi alimentare ed economica emersa con la pandemia ed aggravata dal recente conflitto in Ucraina, si sta già riversando anche nei paesi meno deboli, ma condizionati dalle forniture estere di materie prime, pertanto non è più possibile isolarsi all'interno delle nostre economie per le quali la globalizzazione dei mercati significa accesso alle risorse necessarie per produrre, ma anche grandi opportunità commerciali. L'industria del food & beverage è da sempre in evoluzione. La pandemia ha accentuato questa tendenza e come mai prima d'ora sono necessarie soluzioni innovative per crescere in un mondo competitivo e volatile. Negli ultimi anni, sempre per motivi economici, ma anche invocando la necessità di ridurre l'impatto ambientale delle scelte nell'ambito della ristorazione o del comparto alimentare più in generale, si è invocata la "tutela della tradizione", scivo-



**MASSIMO ARTORIGE
GIUBILESI**



DETELINA STOYANOVA



GIANPIETRO SACCHI



BENTA WILEY



ALESSIO DECINA



**MASSIMO ARTORIGE
GIUBILESI**



LUIGI TONELLATO



ALESSANDRO BACCI



CINZIA REBOSIO



GIORGIO DONEGANI

lando lentamente verso l'autarchia anche in campo alimentare, fenomeno favorito da situazioni storiche di conflitto, com'è quella che viviamo attualmente. La tavola rotonda FCSI Italia ha messo

a confronto i due concetti di sviluppo e di consumo, per capire se sono realmente antitetici o se esistono punti di convergenza confermando che solo grazie ad un approccio multidisciplinare

con percorsi e competenze diverse, condivisione e collaborazione tra specialisti, professionisti ed imprese si possano affrontare in modo efficace ed efficiente le sfide del futuro.

Cena di gala



Il convegno sulla ristorazione scolastica e universitaria nella sessione mattutina, è stato abilmente condotto da Gabriella Iacono. A prendere la parola per primo è stato Giovanni Faedi che ha affrontato il tema della transizione tra il prima, il durante e il dopo pandemia, appesantito degli eventi bellici in corso, sottolineando come gli obiettivi di qualità della ristorazione a scuola possono trovare conferme o nuove definizioni nella gestione e organizzazione del servizio a livello locale e nell'ambito di politiche nazionali che riconoscano alla mensa scolastica la funzione di servizio pubblico essenziale. Andrea Giselli ha fatto notare come la recente acquisizione dei rapporti fra dieta e salute stia inducendo i consumatori a prendersi carico in prima persona di decisioni sulla propria salute diventando così preda delle notizie provenienti dal web. Luca Brambilla ha voluto sottolineare come per CIRFOOD uno dei principali obiettivi del servizio di refezione scolastica sia educare al valore del cibo e al consumo consapevole. Per questo, la cooperativa emiliana investe nella progettazione del servizio di ristorazione del futuro anche attraverso il CIRFOOD DISTRICT, il centro di innovazione e ricerca che sta sor-

RISTORAZIONE SCOLASTICA E UNIVERSITARIA: SANO, BUONO, PER TUTTI

1° parte



GABRIELLA IACONO



GIOVANNI FAEDI



ANDREA GHISELLI



LUCA BRAMBILLA



VINCENZO RUSSO

gendo a Reggio Emilia. Vincenzo Russo ha evidenziato come il sapore di una ricetta o il gusto percepito di un piatto possa essere modificato da aspetti che nulla hanno a che fare con

i suoi ingredienti. L'effetto dei colori dei cibi alle luci di un locale, la musica di sottofondo, le tecniche di impiattamento, la descrizione del piatto in un menù e il momento relazionale

dell'accoglienza: sono alcuni degli elementi in grado di contribuire a fare percepire positivamente un'esperienza enogastronomica o renderla un vero supplizio.

RISTORAZIONE SOCIOSANITARIA SOSTENIBILITÀ ECONOMICA E QUALITÀ DEI SERVIZI DI RISTORAZIONE OSPEDALIERA

Dall'incontro è emersa sempre più chiara l'urgenza di formulare menu sostenibili, che rispondano alle reali aspettative dell'utenza, tenendo in considerazione vari aspetti: quelli economici e di mercato, quelli relativi alla sostenibilità e alla lotta agli sprechi, quelli relativi alla nutrizione e alla salute.

Alla base di tutti questi processi c'è la complessità decisionale dei progetti d'acquisto tema portante dell'intervento del professor Niccolò Cusumano dell'Università Bocconi. Di innovazione e nutrizione nel futuro della ristorazione socio-sanitaria ha parlato Stefano Mercandino di Serenissima Ristorazione cui hanno fatto seguito alcune esperienze in ambito gestionale. La prima portata da Monica Terlenghi sulla gestione dei pasti a domicilio per i pazienti anziani del Comune di Brescia e la seconda da Carolina Bergamaschi della AUSL di Piacenza che ha parlato dell'esperienza congiunta con il Comune di Piacenza. Enzo Grossi direttore scientifico della fondazione villa Maria (CO) ha poi parlato dell'alimentazione del soggetto autistico



PAOLO FIORE



MONICA TERLENGHI



LUISELLA VIGNA



ENZO GROSSI



NICCOLÒ CUSUMANO



STEFANO
MERCANDINO



CAROLINA
BERGAMASCHI

mentre Paolo Fiore responsabile del servizio di Dietologia nutrizione clinica dell'ospedale Gaslini di Genova che ha incentrato il proprio intervento sulla gestione delle diete in un ospedale pediatrico.

NUOVE FRONTIERE DEL LAVAGGIO STOVIGLIE ENERGIA, CONNETTIVITÀ, IGIENE. GUIDA PRATICA AGLI OPERATORI

Mai, nella lunga storia delle attrezzature per la cucine professionali abbiamo assistito come in questi ultimi anni a tanti contemporanei cambiamenti: È cambiato il modo di dialogare tra macchina ed operatore; è cambiata l'organizzazione stessa della cucina che ora gravita su un numero inferiore di attrezzature ma con un elevato livello di multifunzionalità; è nato il dialogo sistemico interattivo tra macchine, organizzazione della cucina e service; è cambiata la sensibilità per tutte le tematiche legate all'igiene.

E poi è divenuto di sempre più drammatica attualità il tema della riduzione dei consumi energetici. Su tutte queste tematiche si sono confrontati, alcuni tra i maggiori esperti del settore in occasione degli incontri organizzati da EFCM Italia nel contesto di quello che rimane uno dei più importanti appuntamenti dei professionisti del settore: la mostra convegno biennale di Ristorando.

I dati salienti emersi dal confronto descrivono un parco macchine installato in Italia che conta oltre 7 milioni di attrezzature ed è significativamente obsoleto (con un'età media che varia dai 7 ai 10 anni) e, per le attrezzature di cottura, ancora prevalentemente focalizzato sull'alimentazione a gas.

È condivisa da tutti i relatori l'urgenza di focalizzare risorse per consentire un rapido cambiamento, cambiamento necessario ma che sicuramente deve vedere tutti i protagonisti, dalle associazioni di categoria come Fipe (che raggruppa la grande maggioranza degli operatori del settore) ed EFCM Italia – l'associazione produttori attrezzature per ristorazione e ospitalità. Tematiche indubbiamente complesse e di non facile declinazione alla soluzione delle quali



CARLO CARINCOLA



CESARE LOVISATTI



MILENA PRESUTTO



MASSIMO GIUBILESI



ANTONIO MONTANARI



MATTEO SCIBILIA

GLI STRUMENTI DELL'ARTE. PRESENTE E FUTURO DELLE CUCINE PROFESSIONALI: COME MUOVERSI TRA INNOVAZIONI ED INCENTIVI



CARLO CARINCOLA



CESARE LOVISATTI



REBECCA GIULIANI



MICHELE MINAZZATO

hanno portato il loro importante contributo il Polo Tecnologico di Pordenone con la presentazione del progetto HORECA 4.0 in fase di sviluppo con EFCM Italia e l'ufficio legale di Fipe.

Non è mancata l'analisi della situazione degli incentivi in fase di

definizione da parte del Ministero delle Politiche Agricole e Forestali a supporto proprio del necessario cambiamento su cui l'intero comparto dovrà lavorare nei prossimi anni. La sintesi di questi due convegni e, più in generale, di queste due intense giornate di confronto

è che siamo in presenza di uno di quei momenti storici in cui si rende necessario mettere in discussione e ripensare molti paradigmi che ritenevamo punti fermi di questo mondo e che non lo sono più. Probabilmente una grande ma complessa opportunità.

ATTRAZIONE TALENTI E RINCORSA AI MARGINI. LE NUOVE SFIDE DELLA RISTORAZIONE COMMERCIALE E IN CONCESSIONE

La ristorazione, a qualunque livello, sta soffrendo la mancanza di personale, un problema esploso a partire dalla scorsa estate. Come attrarre i talenti e come trattenerli? Il problema è sentito da tutte le aziende della ristorazione, e le soluzioni non sono semplici. Ancora più complicato, il quadro emerso nel corso del convegno alla luce degli ultimi avvenimenti legati alla galoppata dell'inflazione e alla crisi ucraina, ai problemi di approvvigionamento di materie prime ed energia. Tra le criticità cui è sottoposto il comparto della ristorazione commerciale è emerso anche il tema dell'aumento dei prezzi di farina, olio, latticini, pomodori e derrate varie che condizionano la ricetta e la preparazione dei prodotti ma soprattutto sconvolgono il conto economico sensibile come non mai al food cost. Per uscire da questo vicolo cieco, occorre probabilmente rivedere buona parte dell'organizzazione aziendale, dei processi, della gestione dei punti vendita e dei collaboratori. La corsa è piena di ostacoli ma qualche buon esempio non manca.



ANDREA AIELLO



FRANCESCO AIMI



DOMINGO IUDICE



DAVID NATHANIEL



PIETRO NICASTRO



CORRADO CAGNOLA

L'EVOLUZIONE DEI SERVIZI DI RISTORAZIONE AZIENDALE

Nel corso dell'interessante incontro si è discusso su quali siano stati i motivi che hanno spinto il servizio di ristorazione aziendale verso gli standard della ristorazione commerciale e di quali siano i driver del vantaggio competitivo per una azienda che offre servizi di ristorazione aziendale (qualità del servizio, prezzo, ecc.) Sono poi stati toccati temi molto specifici come l'importanza della partecipazione delle aziende clienti e degli stessi consumatori finali alla co-progettazione ed alla personalizzazione della offerta dei servizi di ristorazione aziendale.

Spazio di confronto anche sui metodi per misurare la customer satisfaction e sul tema della sostenibilità ESG (Environmental, Social e Governance) nel settore della ristorazione. Nella parte finale del convegno c'è stata la possibilità di fotografare le principali dinamiche di innovazione in atto a livello di servizio e di catena del valore stimulate dalle nuove tecnologie ICT e per valutare a che punto sia l'evoluzione dei modelli di business dei fornitori di servizi di ristorazione in un'ottica di ampliamento della gamma: facility management, cleaning, igienizzazione, security, logistica etc.



FRANCESCO CIAMPI



MICHELE CITRINITI



GIANLUCA GALLETTI



GIUSEPPE GRASSI



ALEXIS LEROUGE



STEFANO BOLLA

RISTORAZIONE SCOLASTICA E UNIVERSITARIA: SANO, BUONO, PER TUTTI

2° parte

Nella sessione pomeridiana sono state presentate e discusse soluzioni che possano soddisfare il fabbisogno alimentare, con un pasto tradizionale o mediante un pasto alternativo nella varietà delle pietanze e/o nella struttura del pasto stesso, non dimenticando il recupero dei pasti non consumati e la riduzione degli impatti ambientali. Sul concetto di buono, l'accento è stato posto su come la ristorazione scolastica dovrebbe essere un momento stimolante per sperimentare nuove sensazioni gustative che consentano uno sviluppo equilibrato del bambino (scuole dell'infanzia e primaria).

Per quanto concerne il concetto di sano è emersa sempre più la necessità di integrare i programmi scolastici includendo una parte sull'educazione alimentare, così che fin da piccoli, si abbiano a disposizione le informazioni necessarie per poter comprendere come mangiare in modo salutare e con piacere.

Per quanto riguarda il... "Per tutti": il dato che è emerso riguarda



**SALVATORE
CIAPELLANO**

**ALESSANDRO
PADERNO**

la tendenza all'aumento di alunni stranieri e alla presenza sempre più significativa di allergie e intolleranze che determina un incremento della richiesta di diete speciali all'interno del servizio di ristorazione scolastica.



GIUSEPPE BANDERALI



ANDREA CARTOCCIO



MONICA MAJ



**ALESSANDRO
TANNOIA**

LE RIPERCUSSIONI DEI RECENTI AVVENIMENTI SUI SERVIZI DI RISTORAZIONE: RISVOLTI NORMATIVI ED ECONOMICI

Nel corso della tavola rotonda si è discusso dell'impatto economico generato dall'aumento dei costi delle materie prime dovuto al conflitto attuale e della possibilità di avviare una riparametrizzazione del prezzo dei servizi di ristorazione alla luce del quadro normativo vigente in relazione ai contratti già sottoscritti; alle offerte presentate nelle gare non ancora aggiudicate e nell'ambito di procedimenti in cui sia in corso un processo di verifica della congruità. Gli esperti relatori hanno poi passato in rassegna il problema degli eventuali vuoti normativi che interessano l'approvvigionamento dei servizi, e discusso anche delle modifiche al codice degli appalti (DL semplificazioni, subappalti, della proposta di legge A.C. 183-B recante norme per la valorizzazione e la promozione dei prodotti agricoli e alimentari a chilometro zero e di quelli provenienti da filiera corta approvata alla Camera l'11 maggio 2022). Il tavolo dei relatori ha affrontato anche il tema della riduzione delle stazioni appaltanti attraverso l'utilizzo delle Centrali di committenza e delle conseguenze sul piano del controllo del territorio e la specificità di ogni ente che questo comporta.



ROBERTO PANIGATTI



CORRADO GIANNONE



**EUGENIO DALLI
CARDILLO**



FILIPPO DE LUCA



MARIO ROMANO



RENATO SANTINON



GIOVANNI VAROLI

Gli stand degli sponsor

ALLEGRINI

Nata nel 1945, **Allegrini** oggi è presente in 47 paesi del mondo, leader in Italia nella produzione di detergenti professionali e cosmetica per l'hotellerie, con soluzioni attente e rispettose nei confronti dell'ambiente attraverso una filosofia green applicata in ogni fase del processo.



AXIOS

Axios nasce nel 1983 con lo scopo di sviluppare uno dei primi software che permettessero a un'azienda ospedaliera importante la gestione delle prenotazioni dei pasti per i propri degenti. Oggi sviluppa software per la ristorazione collettiva socio sanitaria, scolastica e aziendale.



CGM

La **CGM**, Natural Frozen Food, nasce nel 1986 dall'unione di professionalità ed esperienze maturate nella ristorazione commerciale, motivate a proporre nel settore degli alimenti surgelati l'integrazione tra tradizione e ricerca gastronomica da un lato, e tecnologia industriale del "freddo" dall'altro.



CONTITAL

Contital, azienda leader del settore del food packaging viene fondata nel 1991 in provincia di Caserta ed entra a far parte del Gruppo Laminazione Sottile. Nel 2004 inizia la produzione di contenitori in PET e quindi si specializza anche in vaschette e rotoli di alluminio, fino a diventare uno dei principali fornitori in Europa.



CUPIELLO

Cupiello racconta la storia di un equilibrio antico, dove l'amore per la tradizione sposa la tecnologia più sorprendente. E' il marchio foodservice della FRESYSTEM SpA, azienda specializzata nella produzione e commercializzazione di gastronomia italiana surgelata.



GENERAL BEVERAGE

General Beverage realizza distributori semiautomatici specifici per le diverse esigenze del mondo della ristorazione, concessi in comodato gratuito a fronte della fornitura di concentrati liquidi, preparati in polvere e altri prodotti.



GRUPPO ALI

Specializzata in kitchen solutions dal 1922, oggi come ieri **Mareno**, parte del **gruppo Ali**, ha nel suo DNA la ristorazione collettiva, le grandi cucine e l'hospitality. Con più di 50 anni di esperienza nel settore Contract & Engineering, Grandimpianti, parte del gruppo Ali, offre diversi servizi e progetti chiavi in mano in tutti i settori della ristorazione: dall'hotel di lusso alla ristorazione collettiva, dal grande centro cottura allo snack bar, dalla pizzeria alla gelateria fino ai nuovi format della ristorazione veloce.



GRANDIMPIANTI - MARENO - BURLODGE

IMBALLAGI ALIMENTARI

Imballaggi alimentari è un e-commerce di packaging, prodotti per l'asporto, per la cucina, la pulizia e in generale soluzioni per tutto il settore ho.re.ca, con una forte specializzazione nel packaging alimentare.



IRINOX

Irinnox nasce nel 1989 per iniziativa di imprenditori con un'idea, una visione pionieristica e una naturale predisposizione a soddisfare i bisogni di un mercato in continua evoluzione. E' attiva nel campo della produzione di abbattitori rapidi di temperatura e di sistemi di conservazione di alta qualità per il settore professionale e domestico e di quadri elettrici in acciaio inox.



PROGETTI & SOLUZIONI

Progetti e Soluzioni SpA è una software factory che dal 2006 opera con la Pubblica Amministrazione nel settore della ristorazione scolastica, commerciale, ospedaliera, nei Servizi Sociali e nell'ambito dei Gateway di Pagamento; sviluppa inoltre soluzioni di software transazionale per il settore Bancario e dei servizi e soluzioni di intelligenza artificiale.



RISPO

È il 2004 quando Carmine e Cinzia **Rispo** iniziano a dedicarsi a quella che è oggi la missione della loro azienda: catturare le nuove tendenze del mercato e soddisfare le moderne abitudini alimentari nel rispetto di tutte le caratteristiche della preparazione casalinga e della tradizione mediterranea.



RATIONAL

Da oltre 46 anni l'obiettivo di **Rational** è fornire ai propri clienti il miglior strumento di cottura. Un viaggio iniziato nel 1973 con appena 18 collaboratori, oggi l'azienda è indiscusso leader tecnologico e di mercato a livello internazionale, con 140 milioni di pasti ogni giorno preparati con oltre 1 milione di sue apparecchiature sparse in tutto il mondo.



RISTOCLOUD

Ristocloud è una avanzata piattaforma informatica che gestisce in maniera integrata e centralizzata il servizio di ristorazione collettiva per Strutture Ospedaliere, Socio-Assistenziali, Scolastiche e Aziendali.



Gli stand degli sponsor

SDS

SDS è da oltre 25 anni un'affermata realtà nella distribuzione di prodotti e servizi dedicati agli operatori professionali dell'Ho.Re.Ca. Con il marchio POLIBOX® l'azienda è leader nella produzione della più completa gamma di contenitori isotermitici per la veicolazione di pasti e alimenti a temperatura controllata.



STUDIO NECCHIO

Dal 1999 lo **Studio Necchio** offre soluzioni efficaci e su misura per ogni fase di vita dell'impresa: Consulenza fiscale e del lavoro, Tenuta della contabilità, Payroll, Gestione e Amministrazione del personale. Necchio supporta le aziende in ogni ambito, anche con la formazione on-site e l'affiancamento continuo.



SYNERGIE

Locali, nazionali, internazionali: **Synergie Group** è un network vincente in 17 Paesi. Ogni settimana dà lavoro a 75.000 persone in tutto il mondo, affiancando i propri clienti nella soluzione dei loro problemi, inventando, quando occorre, delle soluzioni innovative su misura per raggiungere insieme gli obiettivi stabiliti.



TECHFOOD

Da oltre 30 anni **Techfood** realizza attrezzature da bar e macchine alimentari, prodotti per fast-food e ristorazione veloce. L'azienda affianca i clienti per lanciare un business di successo, fornendo tutti gli strumenti per essere operativi e vincenti.



TECNOINOX

Tecnoinox è un'azienda manifatturiera italiana che offre una gamma esaustiva di cucine modulari e forni professionali per la ristorazione. Attiva da oltre 35 anni, l'azienda governa il ciclo di produzione completo, dal foglio di acciaio al prodotto finito per assicurare massima cura e qualità.



TESTO

Una multinazionale a dimensione umana: ecco cosa è **Testo S.p.A.**, nata nel 1992 in provincia di Milano, oggi punto di riferimento per la strumentazione elettronica portatile e fissa per la misura di parametri fisici e chimici quali temperatura, umidità, velocità e qualità dell'aria, gas di combustione e pressione.



UNOX

Unox nasce nel 1990 e irrompe nel mercato dei forni professionali con un prodotto che permette di cuocere pane e croissant senza prima scongelarli, affermandosi come leader nel settore grazie anche alla nuova tecnologia AIR.Maxi, che garantisce la diffusione uniforme dell'aria utilizzando un sistema a ventole multiple.



WINTERHALTER

Molto di quello che rappresenta **Winterhalter** affonda le sue radici negli anni '40 e '50, quando Karl Winterhalter fondò l'azienda. Partendo dalle lavastoviglie, oggi è un fornitore completo di sistemi di lavaggio professionali, specialista e leader a livello globale.



RISTORAZIONE 2022

*Un ringraziamento alle aziende
che hanno creduto nel nostro progetto
e hanno sostenuto la nostra manifestazione*

Sponsor dell'evento





Ristorando

Da 27 anni, Ristorando è la rivista di riferimento della ristorazione moderna organizzata e un formidabile strumento di aggiornamento per gli operatori del settore oltre che un punto di incontro strategico tra domanda e offerta di servizi di ristorazione

ABBONATI SUBITO



- ☐ Desidero abbonarmi per un anno (10 numeri) al prezzo di € 60,00
- ☐ Allego assegno bancario intestato a EDIFIS Srl - Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano
- ☐ Verso l'importo direttamente sul c/c postale n. 36640209 intestato a EDIFIS Srl - Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano (Allego Bollettino)

Carta di Credito:

☐ Visa ☐ Mastercard ☐ Eurocard ☐ CartaSì

n° |

Data di scadenza | | | | / | | | | CVV | | | |

Data | | | | / | | | | / | | | | Timbro e Firma | | | | | | | | | | | |

Per una risposta immediata anticipare via fax al n. 02-3451231
o via mail: abbonamenti@edifis.it

Società.....

Nome.....

Cognome.....

Funzione.....

Indirizzo.....

N. Civico.....Cap.....Prov.....

Località.....

Prefisso.....Telefono.....

Fax.....

PartitaIVA.....

E-mail:.....

N.B. • La ricevuta del pagamento è valida ai fini fiscali.
• Per richiedere comunque fattura ☐
(Barra la voce interessata con X)



Il progetto "Ristorazione Terza Età"

Grazie a Ristocloud ecco uno strumento utile e pratico per gestire la ristorazione in maniera equilibrata nelle strutture per anziani



Ristocloud ha portato a termine il suo progetto sulla Ristorazione rivolta alla Terza Età, con la realizzazione di un Prontuario Dietetico sulla corretta alimentazione degli anziani, e lo ha festeggiato organizzando lo scorso marzo presso il Centro Congressi "Villa Quaranta" (VR) un evento patrocinato dalla Regione del Veneto, con un nome emblematico "R.S.A. – RISTORAZIONE SOSTENIBILE PER ANZIANI", riunendo intorno ad un tavolo i gestori e le associazioni delle RSA, pubbliche o private, i professionisti che vi operano dai dietologi, logopedisti, tecnologi alimentari, le società di catering e i cuochi che prestano il servizio di ristorazione. L'evento ha riscosso un grande successo grazie anche ad un palco estremamente prestigioso e un ospite e relatore internazionale, il Presidente della IDDSI (International Dysphagia Diet Standardisation Initiative).

L'obiettivo del progetto è quello di fornire alle strutture per anziani uno strumento utile e pratico per gestire la ristorazione in maniera equilibrata, al fine di garantire la sicurezza nutrizionale dell'anziano con una particolare attenzione alle patologie più diffuse e ai problemi di disfagia, contenente degli specifici consigli relativi agli alimenti da preferire e da evitare, attraverso la stesura di un prontuario dietetico comprensivo di menù e delle ricette specifiche per le patologie e le difficoltà di deglutizione presenti nell'anziano. Essenziale è avere un approccio multidimensionale e centrato sulla persona e non sulla singola malattia. Il mondo della fragilità in generale e degli anziani in particolare mostra ogni giorno le sue difficoltà e peculiarità, le sue criticità ma anche i suoi punti di forza. Vanno riannodati i fili dell'assistenza agli anziani partendo dalle loro esigenze e diritti inalienabili, primo

fra tutti il diritto di avere un pasto sano, bello a vedere, gastronomico, ad un prezzo accessibile e sostenibile.

Ma che cosa è il pasto sostenibile? È un pasto accessibile, che usa alimenti che hanno un basso impatto in termini di uso di suolo, di risorse idriche impiegate e di basse emissioni di CO2 nell'aria, è attento alla conservazione della biodiversità e degli ecosistemi. Il pasto sostenibile è legato al territorio e in simbiosi con esso; adegua il menu a una logica di filiera corta secondo la regione di appartenenza con grande attenzione allo spreco. Ma, soprattutto è un pasto in grado di far ricordare, a un soggetto anziano, e distinguere i sapori degli alimenti, non viziando il gusto dalle offerte sintetiche del mercato. Il pasto rivolto all'anziano deve essere sostenibile a 360 gradi, dagli ingredienti utilizzati ai metodi di produzione e da un prezzo equo, con lo scopo di evitare sprechi ma soprattutto di essere adeguato dal punto di vista alimentare. Per raggiungere questo traguardo bisogna:

- Definire degli obiettivi (che cosa si vuol cucinare, il menu),
- Definire le risorse necessarie (gli ingredienti),
- Disporre delle competenze necessarie (le tecniche specialistiche di lavorazione degli ingredienti),
- Pianificare le attività (la sequenza obbligata delle operazioni necessarie per preparare le pietanze, il calcolo dei tempi di lavorazione, l'orario di somministrazione).

Ristocloud ha in previsione di riproporre il successo ottenuto dal Convegno di Marzo, con altri eventi in giro per l'Italia, entro fine anno.

**R.S.A
Ristorazione
Sostenibile per
Anziani**



RISTOCLOUD GROUP SRL

Via Risorgimento 20 - 37019 Peschiera del Garda (VR)

Tel. + 39 045 6402881 - Fax +39 045 6402872

info@ristocloudgroup.com - www.ristocloudgroup.com



Associazione nazionale della Ristorazione collettiva e Servizi vari
Uffici: Via Barozzi 7 - 20122 Milano - Tel. +39 02 76281537 - Fax +39 02 76280761
www.angem.it - info@angem.it

COLOMBO RAG. ETTORE SRL

COMPASS GROUP SPA

ELIOR RISTORAZIONE SPA

GENESI SRL

ITALCATERING SRL

PEDEVILLA SPA

PUNTO RISTORAZIONE SRL

SER CAR RISTORAZIONE COLLETTIVA SPA

SIR SISTEMI ITALIANI RISTORAZIONE SRL

SODEXO ITALIA SPA

Gli indirizzi e i recapiti di tutte le aziende associate
sono presenti sul sito www.angem.it

**la forza della professionalità
e il sapore della qualità
sempre al vostro servizio**



L'agrifood ai raggi X

Stato dell'arte, punti di forza, criticità e sfide per l'agroalimentare italiano, che, con oltre 200 miliardi di euro di fatturato aggregato nel 2021 e 65 miliardi di euro di Valore Aggiunto, è il settore più rappresentativo del Made in Italy

di MLA

Luci, ma anche qualche ombra sull'export agroalimentare italiano. Il settore è uno dei più rappresentativi dell'economia nazionale, con oltre 200 miliardi di euro di fatturato aggregato nel 2021 e 65 miliardi di euro di Valore Aggiunto, che lo portano ad essere il primo comparto Made in Italy per valore generato e il più resiliente alla crisi Covid. Il business verso l'estero è cresciuto nel 2021,

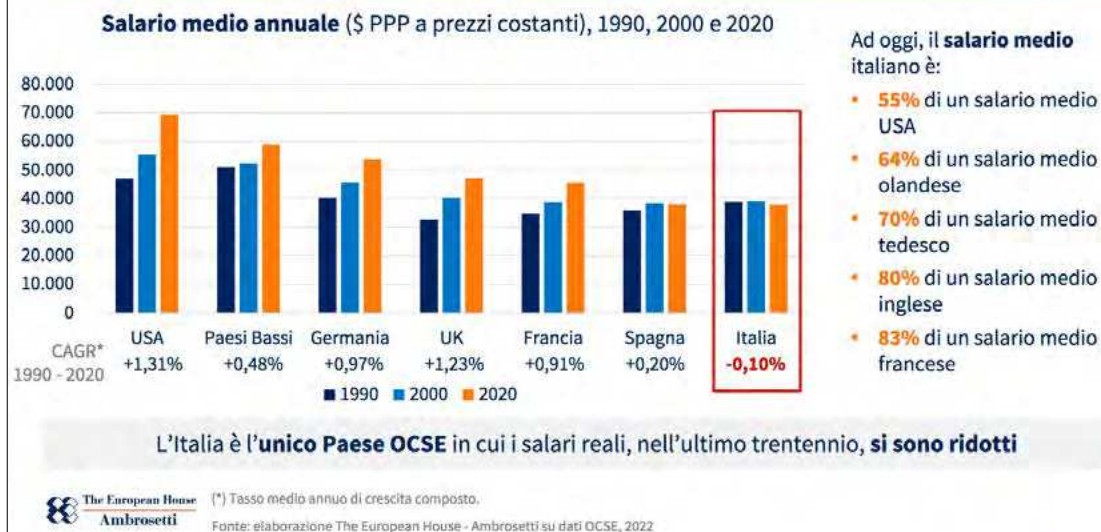
eppure il settore food&beverage è migliorato a ritmi più bassi rispetto ad altri comparti merceologici. È stata comunque superata la soglia dei 50 miliardi di euro, centrando un valore record mai raggiunto nella storia e raggiungendo con un solo anno di ritardo il target prefissato a Expo 2015 e assicurando per il terzo anno consecutivo una bilancia commerciale in positivo (3,3 miliardi di euro). Ora

però si temono le ripercussioni del conflitto russo-ucraino, due importanti partner commerciali per la filiera agroalimentare italiana, anche a causa dell'ulteriore innalzamento del costo di alcune materie prime agricole. A ciò si deve aggiungere un'inflazione che non arresta la sua crescita. Difficoltà contingenti, che insieme ad altre strutturali chiamano la filiera italiana a fronteggiare sfide decisive e

L'Italia sotto torchio deve contemporaneamente affrontare 5 congiunture negative: Covid, inflazione, approvvigionamento, guerra e costi energia

determinanti per proseguire e rafforzare il suo sviluppo internazionale. Per fare il punto della situazione di un settore così determinante per la nostra economia, The European House – Ambrosetti ha orga-

...in un contesto in cui il potere d'acquisto delle famiglie italiane è in contrazione negli ultimi trent'anni



Cala il potere di acquisto delle famiglie: i consumi alimentari pesano per il 60% del Pil, ma sono in frenata anche a causa dei salari medi fermi al palo da trent'anni

nizzato e promosso la sesta edizione del forum "La Roadmap del futuro per il food&beverage: quali evoluzioni e quali sfide per i prossimi anni", che si terrà a Bormio i prossimi 17 e 18 giugno 2022. Saranno cinque i temi portanti del Forum: impatto delle crisi contingenti sulle filiere e strategie per il loro rilancio, Italian Sounding, opportunità di internazionalizzazione, sostenibilità e correlazione tra alimentazione, sport e salute. Sul fronte internazionale, un focus rilevante verrà dedicato alle Filippine – un Paese dall'economia in forte crescita (+18% negli ultimi 5 anni) che costituisce un mercato di importanza strategica per le grandi opportunità di sviluppo per le aziende del food&beverage italiane. La filiera agroalimentare italiana è un asset strategico chiave per la competitività del Paese e in crescita nonostante i recenti numerosi shock. L'aggrega-

to ha raggiunto un fatturato nel 2021 di 204,5 miliardi di euro (cresciuto del +3,8% dal 2015) e occupa 1,4 milioni di persone (di cui 483.000 nell'industria del food&beverage e 925.000 nel comparto agricolo), con un valore aggiunto (inteso come contributo diretto al PIL) di 65 miliardi di euro. La filiera agroalimentare è prima in Italia per VA generato tra i principali settori del Made in Italy e la seconda economia europea per incidenza del valore aggiunto agrifood sul PIL (3,9%, secon-

da solo alla Spagna che raggiunge il 4,7%). Nel 2021 il comparto food&beverage ha dunque riportato oltreconfine ricavi record, mai così alti nella storia. Una performance che tradotta in cifre equivale a 50,1 miliardi di euro, in crescita del 10,8% rispetto all'anno precedente. Tale andamento, inoltre, ha permesso alla bilancia commerciale della filiera agroalimentare di registrare un surplus positivo pari a 3,3 miliardi di euro, ribadendo un trend che prosegue dal 2019. Il vino è

stato il primo prodotto del comparto per vendite all'estero, assorbendo il 14,3% dell'export totale agrifood e sviluppando un giro di affari pari a 7,1 miliardi di euro. Osservando l'itinerario geografico che seguono i prodotti italiani alimentari, la Germania rimane il primo bacino di approdo, con una market share pari al 22,4%, una crescita annuale del 6,6% e un fatturato di 8,4 miliardi di euro. Seguono Stati Uniti e Francia, vicini tra loro con una rispettiva quota del 15,1% e del 15%. Nonostante il business dei prodotti food&beverage italiani abbia segnato un record decennale fuori dai confini nazionali, lo studio di The European House – Ambrosetti ha però evidenziato alcune criticità. Innanzitutto, se è emerso che il settore è stato quello che, nel 2020, ha mostrato maggiore resilienza nei confronti della pandemia, subendo complessivamente

Nel complesso circa 294 miliardi di euro di Valore Aggiunto, il 16,5% del PIL del Paese, sono abilitati dalla filiera agroalimentare estesa

Nel complesso circa 294 miliardi di Euro di Valore Aggiunto, il 16,5% del PIL del Paese, sono abilitati dalla filiera agroalimentare estesa



Il 2021 ha brindato all'export che ha segnato il nuovo primato storico superando la soglia dei 50 mld di euro ricavati al di fuori dai confini nazionali

una perdita contenuta del VA dell'1,8%, è anche vero che nel 2021 è cresciuto meno degli altri principali comparti e, pur riportando una progressione del 6,2%, è riuscita a fare meglio solo dell'industria farmaceutica (+2,2%).

Spostando poi l'attenzione verso l'export, la performance dell'ultimo biennio non si può definire sbalorditiva se analizzata rispetto agli altri settori.

Nel 2019-2021 l'incremento del 13,6% colloca l'agroalimentare al terz'ultimo posto nel ranking delle principali filiere italiane.

Il Paese è inoltre solo 5° in Unione Europea per valore delle esportazioni alimentari, un valore pari al 65% dell'export tedesco e al 72% di quello francese.

La performance del Paese non migliora guardando all'incidenza dell'export agri-food sul totale, pari al 9,7%, metà della quota spagnola e il 70% di quella francese. Il conflitto tra Russia e Ucraina si è immediatamente fatto sentire sul costo delle materie prime alimentari. L'impennata dell'inflazione è stata avvertita già una settimana dopo l'inizio delle ostilità militari. Particolarmente colpito il grano tenero, il cui prezzo ha subito un rincaro del 13%. Gli impatti del conflitto sulla filiera agroalimentare italiana

La filiera agroalimentare rimane uno dei comparti più strategici per il paese, generando ben 204,5 miliardi di euro e dando lavoro a circa un milione e mezzo di persone



sono molto rilevanti: i due Paesi valgono per 932,7 milioni di euro di esportazioni agri-food (con la Russia come 18° partner commerciale) e 901,2 milioni di importazioni (con l'Ucraina come 18° partner commerciale). È proprio dal lato importazioni che le minacce del conflitto sfociano in nuovi rischi per alcune filiere agroalimentari chiave del Paese: infatti, l'Ucraina è 1° fornitore di olio di girasole per l'Italia, 1° fornitore di semi e

2° fornitore di mais e elementi nutritivi per le coltivazioni, con pesi sul totale dell'import che vanno dal 15% fino al 63% (è il caso dell'olio di girasole, elemento chiave anche per alcune filiere di trasformazione). Come evidenziato dai rischi del conflitto in Ucraina, tra i suoi deficit strutturali il Belpaese soffre la carenza di materie prime agricole e questo gap nel 2021 si è ulteriormente ampliato. Un dato di fatto confermato dai numeri

diffusi da The European House - Ambrosetti, secondo i quali, lo scorso anno, l'Italia ha aumentato di 1 miliardo di euro ulteriore la sua dipendenza da materie prime agricole, raggiungendo un deficit commerciale complessivo di 8,5 miliardi di euro nel 2021. In generale, analizzando l'andamento dal 2010 al 2021, il nostro paese ha 'perso' oltre 85 miliardi di PIL proprio a causa di questa situazione che lo vede costretto ad acquistare da paesi terzi i prodotti necessari in ambito di



Il settore F&B si è dimostrato ad alto tasso di resilienza nel primo anno di pandemia, ma nel 2021 non ha confermato le aspettative risultando tra quelli cresciuti meno

produzione agricola. Spicca soprattutto la scarsità di cereali reperibile a livello nazionale, che comporta un deficit della bilancia commerciale di quasi 5 miliardi di euro, ma si bussa alla porta di fornitori stranieri anche per il pesce lavorato (-4,4 mld) e i prodotti ittici (-1,2 mld), la carne lavo-

No!

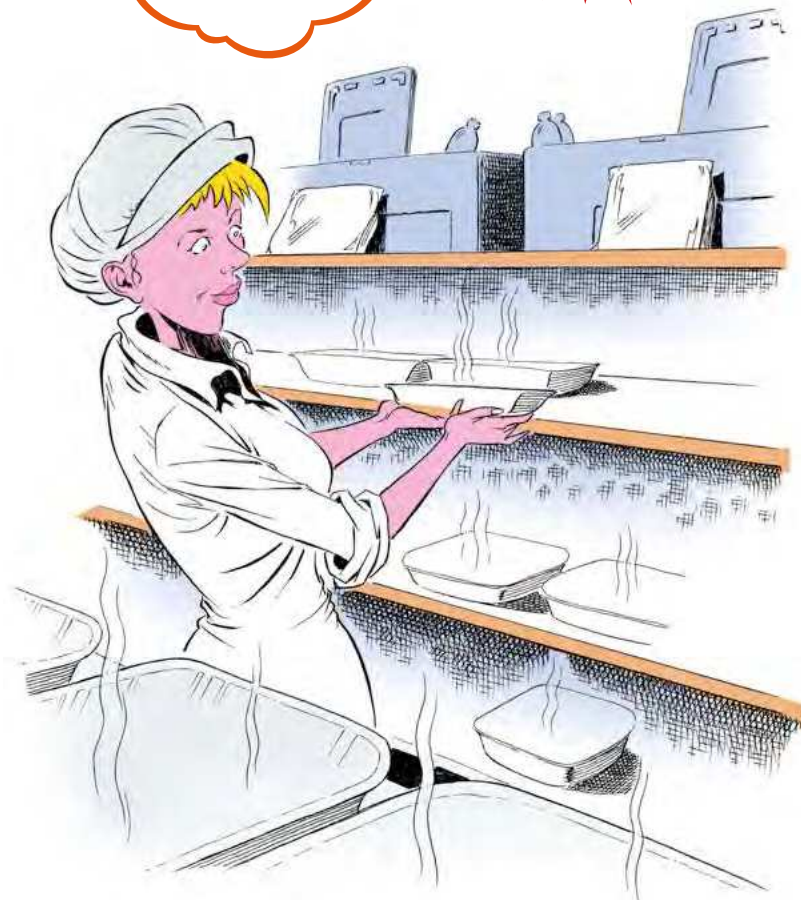
... SI STANNO
GONFIANDO TUTTE,
ADESSO LE FORO ...

POSSIBILE
CARICA
BATTERICA



... PERFETTE...

Sì!



acs
aircoating
system
SISTEMA
BREVETTATO

È UN MARCHIO DEPOSITATO E REGISTRATO DISTRIBUITO E PRODOTTO DA:

Geriservice s.r.l.s.

Via Panigali, 39 - 40041 Gaggio Montano (BO) - Tel. (+39) 0534 076118

P.IVA/C.F. 03752801203

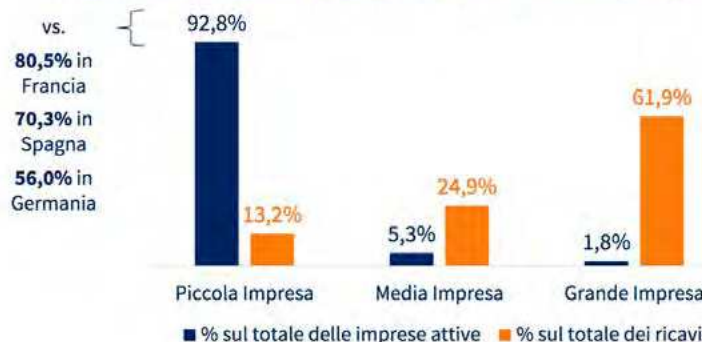
www.acs-system.it - info@acs-system.it



rata (-3,6) e gli oli e i grassi (-2,7), molti di questi proprio provenienti da Ucraina e Russia come visto prima. Quali sono le ragioni di questo contesto così problematico? The European House – Ambrosetti richiama l'attenzione su due motivi: a indebolire la competitività della filiera agroalimentare italiana interviene, da un lato, la frammentazione delle imprese della nostra Penisola (il 92,8% fatturano meno di 10 milioni di euro), e dall'altro il fenomeno dilagante dell'Italian Sounding, rispetto al quale al Forum verrà presentato uno studio approfondito. Ulteriore sfida non più procrastinabile a

Il settore Food&Beverage si conferma molto frammentato, con una prevalenza di piccole e medie imprese...

Numero di imprese e contribuzione ai ricavi del settore per classe di fatturato* del settore Food&Beverage (valori percentuali), 2020



Questa analisi ha previsto la costruzione di un **database** con dati economici pluriennali di tutte le aziende Food&Beverage in Italia, per un totale di **quasi 3 milioni di osservazioni**

N.B. sono stati considerati i bilanci delle 27.242 società di capitali attive nel settore alimentare e delle bevande (codici Ateco 10 e 11) nel 2020, classificate all'interno del database Aida Bureau Van Dijk. (*) Per piccola impresa si intende un'azienda con un fatturato < 10 milioni di Euro, una media impresa ha un fatturato tra 10-50 milioni di Euro e una grande impresa > 50 milioni di Euro.

Fonte: elaborazione The European House - Ambrosetti su dati Aida Bureau Van Dijk, 2022

Non è tutt'export che brilla: le vendite all'estero hanno ancora un forte margine di crescita, se si considera che l'Italia è solo il quinto paese in Europa nelle esportazioni alimentari

cui la filiera agroalimentare è chiamata a rispondere, è quella della sostenibilità. Nel 2050 la popolazione mondiale toccherà i 10 miliardi di abitanti, con conseguente aumento del 50% della domanda di prodotti agricoli. Un futuro prossimo nel quale



L'elevata frammentazione del comparto agroalimentare italiano è un freno alla crescita: tante piccole imprese che generano però una quota minoritaria del fatturato totale

si imporranno forme di consumo che tenderanno a privilegiare carne, frutta e verdura, con conseguenze inevitabili che spingeranno verso un maggiore sfruttamento del suolo e una crescita delle emissioni di gas serra, a cui si aggiungono già da ora condizioni climatiche sempre più instabili e imprevedibili. Per contrastare queste criticità è necessario pianificare politiche e strategie strettamente fondate sulla sostenibilità: tra i punti chiave necessari a realizzare la transizione della filiera agroalimentare, l'urgenza di favorire l'educazione alimentare promuovendo stili di consumo sano ed equilibrato, ampliare misurazione della sostenibilità con metodologie già esistenti (carbon footprint, water footprint ed ecological footprint) e implementare la ricerca di soluzioni tecnologiche abilitanti della transizione sostenibile.

LA FILIERA AGROALIMENTARE IN NUMERI



€204,5 mld di fatturato, di cui **€143,8 mld** di F&B e **€60,7 mld** del comparto agricolo (2020) **+3,8% vs 2015**



€50,1 mld export, di cui **€42,3 mld** del F&B e **€7,8 mld** del comparto agricolo (2021) **+36,0% vs 2015**



1,4 mln di occupati, di cui **483.000** F&B e **925.400** del comparto agricolo (2021) **+3,2% vs 2015**



1,2 mln imprese, di cui **55.048** F&B e **1,1 milioni** aziende agricole (2020) **-5,2% vs 2015**



€224 mld consumi alimentari e bevande* (2021) **-3,3% vs 2015**



€65,0 mld Valore Aggiunto agroalimentare, di cui **€30,2 mld** del F&B e **€34,8 mld** del comparto agricolo (2021) **+6,2% vs 2015**

**www.
ristorando**

.ai



Seguici online!

La Borsa delle Imprese della Ristorazione Moderna



Foto di Hoja Studio su Unsplash



Foto di Jonathan Borba su Unsplash

I contratti del mese in Italia pag. 68



Foto di Alex Haney su Unsplash

Un incremento **significativo**



Foto di Dan Gold su Unsplash

Balzo di 49 contratti per il monitor, stavolta. Arriviamo così a quota 147, partendo dai 98 della scorsa rilevazione.

A tirare la volata sono la ristorazione commerciale con un exploit di 19, che porta il segmento a 64 contratti e le scuole, che aggiungono 12 contratti e arrivano a 49.

Bene anche la sociosanitaria, con 9 segnalazioni in più e l'aziendale, con 6. Più 2, infine, sia nei buoni pasto che nel vending.

(Nella terza rilevazione abbiamo censito 147 contratti e 94 imprese)

I NUOVI CONTRATTI DELLE IMPRESE ITALIANE DELLA RISTORAZIONE MODERNA

Questa rilevazione riguarda i contratti acquisiti dalle imprese italiane della ristorazione collettiva, commerciale ed a catena, nonché dalle aziende emettitrici di buoni pasto viene aggiornata per ogni anno solare, e si sviluppa con cadenza mensile. Il censimento si basa su nostre indagini ed interviste e sulle segnalazioni che ci pervengono dalle imprese interessate. Esso costituisce un efficace mezzo per divulgare le proprie attività commerciali e di sviluppo, ed anche un valido strumento di conoscenza del mercato; è tuttavia importante, per chi consulta la rilevazione, ricordare che essa non indica l'entità di ogni singolo contratto, ma solo il numero complessivo dei contratti acquisiti. Ogni azienda può liberamente e periodicamente comunicarci, per e-mail o fax, le acquisizioni effettuate, in maniera da offrire un panorama aggiornato dell'andamento delle proprie acquisizioni.



Foto di Benu Marinescu su Unsplash

Ristorazione collettiva

Case di Cura, Cliniche, Ospedali

DUSSMANN SERVICE	1 contratto
♦ OSPEDALE S. MARIA DEL CARMINE ROVERTETO (TN)	
EURORISTORAZIONE SRL	1 contratto
♦ CENTRO DIURNO E DELLA CASA DI RIPOSO MORELLI BUGNA DI VILLAFRANCA DI VERONA (VR)	
LADISA	1 contratto precedente
PULINET SERVIZI	4 contratti
♦ OSPEDALE VALLI DEL NOCE CLES (TN)	
♦ OSPEDALE DI CAVALESE (TN)	
♦ OSPEDALE S. LORENZO DI BORGO VALSUGANA (TN)	
♦ OSPEDALE VILLA ROSA DI PERGINE (TN)	

Case di riposo, Case Protette, Servizi assistenziali

CONSORZIO DI COOPERATIVE KURSANA CSRL	1 contratto precedente
DUSSMANN SERVICE	1 contratto precedente
FABBRO FOOD SPA	1 contratto
♦ COMUNE DI FLERO (BS)	
SAGIFI SPA	1 contratto
♦ COMUNE DI NAPOLI	

Forze Armate e Corpi Militarizzati

ALL FOOD SPA	1 contratto
♦ DEPOSITI MUNIZIONI DIPENDENTI DAL 10° CENTRO DI RIFORNIMENTI E MANTENIMENTO, NAPOLI - LOTTO 2	
EUROMENSE SRL	1 contratto
♦ DEPOSITI MUNIZIONI DIPENDENTI DAL 10° CENTRO DI RIFORNIMENTI E MANTENIMENTO, NAPOLI - LOTTO 4	
LUJEDA SAS	1 contratto
♦ DEPOSITI MUNIZIONI DIPENDENTI DAL 10° CENTRO DI RIFORNIMENTI E MANTENIMENTO, NAPOLI - LOTTO 5	
RISTORAZIONE LA GROTTA SNC	1 contratto
♦ DEPOSITI MUNIZIONI DIPENDENTI DAL 10° CENTRO DI RIFORNIMENTI E MANTENIMENTO, NAPOLI - LOTTO 3	
SERENISSIMA RISTORAZIONE	1 contratto
♦ DEPOSITI MUNIZIONI DIPENDENTI DAL 10° CENTRO DI RIFORNIMENTI E MANTENIMENTO, NAPOLI - LOTTO 1	

Mense Aziendali

LADISA SRL	1 contratto precedente
DUSSMANN SERVICE	1 contratto precedente
SERENISSIMA RISTORAZIONE	1 contratto
♦ ATAC ROMA	

Scuole Private ed Università

PELLEGRINI SPA	2 contratti
♦ UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BRESCIA ERSU - ENTE REGIONALE PER IL DIRITTO ALLO STUDIO UNIVERSITARIO - CAGLIARI	
REGIONE LAZIO	1 contratto precedente

Scuole Pubbliche

BIORISTORO ITALIA SRL	1 contratto precedente
BRIN MENSE GESTIONE RISTORAZIONE COLLETTIVA	1 contratto precedente
CAMST	1 contratto precedente
CATERING SRL	1 contratto precedente
CHEF EXPRESS	1 contratto precedente
CIMAS SRL	1 contratto
♦ COMUNE DI FALCONARA MARITTIMA (AN)	
CIRFOOD	5 contratti
♦ COMUNE DI ANGHIAI (AR)	
4 contratti precedenti	
COOPERATIVA SANT'ANSELMO SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE ONLUS	1 contratto precedente
CRISTOFORO SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE ONLUS	1 contratto precedente
D&D SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE	1 contratto precedente
DUSSMANN SERVICE	6 contratti
♦ COMUNE DI VILLACIDRO (CA)	
5 contratti precedenti	
EURORISTORAZIONE	1 contratto precedente
FABBRO FOOD SPA	1 contratto
♦ COMUNE DI FLERO (BS)	
G.M.I. SERVIZI SRL	1 contratto
♦ COMUNE DI PRIOCCA (CN)	
GAM SRL	1 contratto
♦ COMUNE DI FOGGIA	
GLOBAL SERVICE SRL	2 contratti
♦ COMUNE DI ARZANO (NA)	
G.R.A. DI BERTAZZONI PAOLO & C. SAS	1 contratto precedente
GUSTO & CO. SOC. COOP	1 contratto precedente
ITACA RISTORAZIONE E SERVIZI SRL	1 contratto precedente
LA CASCINA GLOBAL SERVICE	2 contratti
♦ CERVETERI	
1 contratto precedente	
LADISA	1 contratto precedente
LUCENTE SOC. COOP. SOCIALE	1 contratto precedente
MARGHERITA SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE	1 contratto precedente
NUOVO FUTURO COOPERATIVA SOCIALE	1 contratto precedente
PELLEGRINI SPA	1 contratto
♦ MULTISERVIZI MUGGIÒ	
REM SRL	1 contratto
♦ COMUNE DI ASCEA (SA)	
RISTORAZIONE COSTANZI	1 contratto precedente
RISTOR PLUS S.R.L.	1 contratto precedente
RISTOSERV	1 contratto precedente
SANTA LUCIA SOC. COOP. SOLIDARIETÀ ONLUS	1 contratto precedente
SERCAR RISTORAZIONE COLLETTIVA S.P.A.	1 contratto precedente
SERENISSIMA RISTORAZIONE	1 contratto precedente
SIRISTORA FOOD & GLOBAL SERVICE	1 contratto precedente
S.I.R. SISTEMI ITALIANI RISTORAZIONE SRL	1 contratto precedente
SODEXO	1 contratto precedente
VERLATA LAVORO SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE	1 contratto precedente

Esercizi Urbani e Centri Commerciali

AL MERCATO STEAKS & BURGERS	1 contratto precedente
ALBERTO MARCHETTI GELATO ♦ EATALY SMERALDO, MILANO	1 contratto
ALICE PIZZA	1 contratto precedente
AUTOGRILL ♦ KFC C/O AEROPORTO FIUMICINO (RM) ♦ EATALY C/O AEROPORTO FIUMICINO (RM)	2 contratti
BILLY TACOS ♦ MERCATO DI VIA SARDEGNA, GENOVA	2 contratti 1 contratto precedente
BUN BURGERS	1 contratto precedente
BURGEZ	1 contratto precedente
CALAVERA	1 contratto precedente
CIOCCOLATITALIANI	1 contratto precedente
CODY ♦ MILANO	1 contratto
DOPPIO MALTO	1 contratto precedente
EATALY ♦ AEROPORTO FIUMICINO (RM)	1 contratto
ERBERT	1 contratto precedente
FRESCO&CIMMINO	1 contratto precedente
HEALTHY COLOR	3 contratti precedenti
HEKFANCHAI BAKERY ♦ MILANO	1 contratto
KAISEKI ♦ MILANO	1 contratto
KEBHOUSE	1 contratto precedente
KFC ♦ AEROPORTO FIUMICINO (RM)	5 contratti 4 contratti precedenti
ICHI STATION	1 contratto precedente
IL MANNARINO ♦ DARK KITCHEN, MILANO ♦ ALZAIA NAVIGLIO GRANDE, MILANO	2 contratti
LOB'S ♦ MILANO	1 contratto
MACHA CAFÈ	1 contratto precedente
MCDONALD'S	1 contratto precedente
QUORE ITALIANO	1 contratto precedente
NIMA SUSHI	1 contratto precedente
OBICÀ MOZZARELLA BAR	1 contratto precedente
PANINO GIUSTO	1 contratto precedente
PESCARIA	1 contratto precedente
PIZZIUM ♦ NAPOLI ♦ MERCATO DI VIA SARDEGNA, GENOVA	2 contratti
POKÈFLASH	1 contratto precedente
POKE HOUSE	1 contratto precedente
POKERIA BY NIMA ♦ MERCATO DI VIA SARDEGNA, GENOVA	1 contratto
ROADHOUSE RESTAURANT	1 contratto precedente
SMOKERY	1 contratto precedente
STARBUCKS	1 contratto precedente

SUSHIKO ♦ MERCATO DI VIA SARDEGNA, GENOVA	1 contratto
TASTY&FREE	2 contratti precedenti
TED LOBSTER ♦ MILANO	1 contratto
TESTONE ♦ CC COLLESTRADA, PERUGIA	1 contratto
VIKY'S BURGER QUEEN	1 contratto precedente
WAGAMAMA	2 contratti precedenti

Siti in Concessione

12OZ	3 contratti precedenti
EG GROUP	3 contratti precedenti
FILIPPO LA MANTIA	1 contratto precedente
IGEA GROUP	1 contratto precedente
MY CHEF	1 contratto precedente

Buoni pasto elettronici e card

EDENRED ♦ CITTÀ DI CASTELLO	6 contratti 5 contratti precedenti
SODEXO MOTIVATION SOLUTIONS ITALIA SRL	1 contratto precedente
YES TIKET SRL ♦ ETRA S.P.A	1 contratto



Vending

CIRFOOD	1 contratto precedente
GE.D.A.M. SERVICE S.R.L.	2 contratti precedenti
METHODO S.R.L. ♦ ROMA CAPITALE	1 contratto
ORASESTA S.P.A ♦ COMUNE DI VOGHERA (PV)	1 contratto
STIMA SRL	1 contratto precedente
TRINACRIA VENDING S.R.L.	1 contratto precedente

*Contratti monitorati
al 30 Aprile 2022*

I Segmenti della ristorazione moderna	
Case di cura, cliniche, ospedali	7
Case di riposo, case protette, servizi assistenziali	4
Totale Ristorazione Collettiva	11
Forze armate e corpi militarizzati	5
Ristoranti aziendali ed interaziendali	3
Totale Ristorazione Collettiva Aziendale	8
Scuole private ed Università	3
Scuole pubbliche	46
Totale Ristorazione Scolastica	49
Esercizi urbani e centri commerciali	55
Esercizi in concessione	9
Totale Ristorazione Commerciale	64
Imprese e società private	0
Enti pubblici	0
Buoni pasto elettronici e card	0
Totale Buoni pasto	8
Vending	7
Totale contratti monitorati	147



Foto di Sam Moqadam su Unsplash

a proposito di App

Ristorando è anche su Appstore
www.edifis.it

La borsa delle imprese - monitor commerciale

Società monitorate al 30 Aprile 2022

1	12OZ	
2	ALBERTO MARCHETTI GELATO	
3	ALL FOOD SPA	
4	AL MERCATO STEAKS & BURGERS	
5	ALICE PIZZA	
6	AUTOGRILL	
7	BILLY TACOS	
8	BIORISTORO ITALIA	
9	BRIN MENSE GESTIONE RIST. COLLETTIVA	
10	BUN BURGERS	
11	CALAVERA	
12	CAMST	
13	CATERING	
14	CIMAS	
15	CIOCCOLATITALIANI	
16	CIRFOOD	
17	CODY	
18	CONSORZIO DI COOPERATIVE KURSANA CSRL	
19	COOPERATIVA SANT'ANSELMO SOCIETA' COOPERATIVA SOCIALE ONLUS	
20	CRISTOFORO SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE ONLUS	
21	D&D SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE	
22	DOPPIO MALTO	
23	DUSSMANN SERVICE	
24	EDENRED	
25	EG GROUP	
26	ERBERT	
27	EUROMENSE	
28	EURORISTORAZIONE	
29	FABBRO FOOD	
30	FILIPPO LA MANTIA	
31	FRESCO&CIMMINO	
32	G.M.I. SERVIZI	
33	G.R.A. DI BERTAZZONI PAOLO & C. SAS	
34	GE.DA.M. SERVICE	
35	GAM	
36	GLOBAL SERVICE	
37	GUSTO & CO. SOC. COOP	
38	KAISEKI	
39	KEBHOUZE	
40	HEKFANCHAI BAKERY	
41	KFC	
42	HEALTHY COLOR	
43	ICHI STATION	
44	IGEA GROUP	
45	IL MANNARINO	
46	ITACA RISTORAZIONE E SERVIZI	
47	LA CASCINA GLOBAL SERVICE	
48	LADISA	

49	LOB'S	
50	LUCENTE SOC. COOP. SOCIALE	
51	LUJEDA	
52	MACHA CAFÈ	
53	MARGHERITA SCOIETA' COOP. SOCIALE	
54	MCDONALD'S	
55	METHODO	
56	MY CHEF	
57	NIMA SUSHI	
58	NUOVO FUTURO COOPERATIVA SOCIALE	
59	OBICÀ MOZZARELLA BAR	
60	OLD WILD WEST	
61	ORASESTA	
62	PANINO GIUSTO	
63	PELLEGRINI	
64	PESCARIA	
65	POKE'FLASH	
66	POKE HOUSE	
67	POKERIA BY NIMA	
68	PULINET SERVIZI	
69	QUORE ITALIANO	
70	REM	
71	RISTOR PLUS	
72	RISTORAZIONE COSTANZI	
73	RISTORAZIONE LA GROTTA	
74	ROADHOUSE RESTAURANT	
75	SAGIFI	
76	SANTA LUCIA SOC. COOP. SOLIDARIETA' ONLUS	
77	SERENISSIMA RISTORAZIONE	
78	SERCAR RISTOR. COLLETTIVA	
79	SIRISTORA FOOD & GLOBAL SERVICE	
80	S.I.R. SISTEMI ITALIANI RISTORAZIONE	
81	SMOKERY	
82	SODEXO	
83	SODEXO MOTIVATION SOLUTIONS ITALIA SRL	
84	STARBUCKS	
85	STIMA SRL	
86	SUSHIKO	
87	TASTY&FREE	
88	TED LOBSTER	
89	TESTONE	
90	TRINACRIA VENDING	
91	VERLATA LAVORO SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE	
92	VIKY'S BURGER QUEEN	
93	WAGAMAMA	
94	YES TIKET	

Senza glutine con gusto, praticità e sicurezza



Con l'1% della popolazione italiana celiaca - e relative diagnosi in costante crescita - e con la presenza di altre patologie che richiedono un'alimentazione gluten-free, oggi è imprescindibile che anche il collettivo e l'home delivery abbiano un'offerta adeguata. **Schär Foodservice** offre al fuoricasa un assortimento completo di ingredienti e prodotti senza glutine: miscele di farine, pane, pasta, piatti pronti e snack di alta qualità, pratici e sicuri. Per le mense Schär Foodservice met-

te a disposizione la pasta di riso e mais formulata per la doppia cottura, come *Penne* e *Fusilli* da 1000g, la pasta all'uovo e quella ripiena surgelata, come i *Tortellini*. Per accompagnare i pasti il pratico *White Bread*, il *Pane Casereccio* e le *Mini Baguette*, oltre ai classici *Crackers* e *Grissini*.

Per il delivery sono perfetti i piatti pronti surgelati in monoporzione, come i classici *Lasagne* e *Cannelloni* e la *Pizza Margherita*. La Base Pizza, già stesa, precotta e surgelata in teglia anticontaminazione permette all'operatore di personalizzare la pizza in base alle richieste.



www.schaer-foodservice.it

Nuova gamma di imballaggi ecologici per alimenti



Imballaggi Alimentari s.r.l. vuole supportare e incentivare i clienti nella raccolta differenziata, per questo ha pensato ad una nuova gamma di packaging per alimenti completamente riciclabili nella carta. Il riciclo elimina gran parte dello spreco, si crea così un'economia circolare in cui verrà sempre recuperata la materia prima.

La nuova gamma ecologica di Imballaggi Alimentari è stata pensata per permettere al consumatore di gettare tutto insieme nella raccolta differenziata della carta senza pensieri. Si compone di porta panini, coppette per gelato, bicchieri per bevande calde e fredde, e gli innovativi coperchi in carta che vanno a chiudere quest'ultimi, tutti realizzati in materiale cellulosico.

La nuova gamma di porta panini, coppette per gelato e bicchieri ha un nome che ne riassume la principale caratteristica: *Only paper*, ovvero "solo carta". Questi prodotti sono ottenuti da pura cellulosa proveniente da una gestione forestale controllata e sono stati certificati compostabili dall'ente Din Certco.

Fai la scelta giusta: sostieni l'ambiente riciclando.

www.imballaggialimentari.eu



Nuova immagine, stesso gusto unico di sempre

Peroni Nastro Azzurro è la birra premium italiana più bevuta al mondo.

Nasce nel 1963 come variante premium di Birra Peroni, diventando negli anni una vera icona di stile e Made in Italy all'estero, distribuita in oltre 70 Paesi.

Si contraddistingue per l'utilizzo di materie prime di altissima qualità, come il Mais Nostrano - selezionato e coltivato in esclusiva per lei in Italia - che contribuisce a donarle il suo gusto unico, secco e rinfrescante.

A partire dal 2022 il brand, per celebrare la visione creativa di Peroni, ha deciso di riportare nuovamente il nome "Peroni" sull'etichetta.

www.birraperoni.it



ALIMENTI SENZA GLUTINE



Dr. Schär S.p.A.

Winkelau 9
39014 Postal (BZ) Italia
Tel. +39 0473 293595
Fax +39 0473 293649
foodservice.it@drschaer.com
www.schaer-foodservice.it

ARREDAMENTO E PROGETTAZIONE



Augusto S.r.l.

Centro direzionale Zipa
Viale dell'Industria, 5
60035 Jesi (AN)
Tel. +39 0731 288021
Fax +39 0731 288024
info@augustocontract.com
www.augustocontract.com



Costa Group

Via Valgraveglia Z.A.I.
19020 Riccò del Golfo (SP)
Tel. +39 0187 769309
Fax +39 0187 769308
info@costagroup.net
www.costagroup.net



Ifi S.p.A.

Strada Selva Grossa, 28/30
61010 Tavullia (PU)
Tel. 0721 20021
info@ifi.it - www.ifi.it



Spazio Futuro

Via Carlo Bazzi, 49
20141 Milano
Tel. +39 02 89540444/6050
Fax +39 02 8435450
www.spaziofuturo.it

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

AIGRIM

Associazione Imprese
Grande Ristorazione
Multilocalizzate

AIGRIM

Sede Operativa
Viale Coni Zugna, 71
20144 Milano
Tel. +39 02 38292046
segreteria@aigrim.it
Sede Legale
Piazza G. G. Belli, 2 - 20153 Roma



Angem

Via Barozzi, 7 - 20122 Milano
Tel. +39 02 76281537
Fax +39 02 76280761
info@angem.it
www.angem.it



ANSEB

Piazza Belli, 2
00153 Roma
Tel. +39 06 583921
Fax +39 06 5818682
info@anseb.com
www.anseb.it



CNCC

Via Orefici, 2 - 20123 Milano
Tel. +39 02 83412120
Fax +39 02 83412129
info@cncc.it - www.cncc.it



Efcem Italia

Via Matteo Bandello, 5
20123 Milano
Tel. +39 02 43518826
efcemitalia@efcemitalia.it



FIPE

Piazza Belli, 2 - 00153 Roma
Tel. +39 06 583921
Fax +39 06 5818682
info@fipe.it - www.fipe.it



Legacoop

Via G.A. Guattani, 9 - 00161 Roma
Cell. +39 329 0351621
Tel. +39 06 84439300/521
legacoop.produzione-servizi.coop

AUTOMAZIONE BEVANDE E ALIMENTI



General Beverage S.r.l.

Zona Industriale P.I.P. Loc. Novoleto - 54027 Pontremoli (MS)
Tel. +39 0187 832305
Fax +39 0187 461368
numero verde: 800 850 900
info@iobevo.com - www.iobevo.com

AZIENDE DI RISTORAZIONE COLLETTIVA



Camst Group

Via Tosarelli, 318 - 40055 Villanova di Castenaso (BO)
Tel. +39 051 6017411
Fax +39 051 6053502
www.camstgroup.com



CIRFOOD

Via Nobel, 19 - 42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011
Fax +39 0522 530100
info@cirfood.com - www.cirfood.com



Compass Group Italia S.p.A.

Via Scarsellini, 14 - 20161 Milano
Tel. +39 02 480531
Fax +39 02 48053322
www.compass-group.it



Dussmann Service S.r.l.

Via Papa Giovanni XXIII, 4 scala A
24042 Capriate S. Gervasio (BG)
Tel. +39 02 91518 - Fax +39 02 91518499
www.dussmann.it



Elior Ristorazione S.p.A.

Via Privata Venezia Giulia, 5/A - 20157 Milano
Tel. +39 02 390391
Fax +39 02 39000041
info@elior.com
www.elior.it



Gemeaz Elior S.p.A.

Via Privata Venezia Giulia, 5/A 20157 Milano
Tel. +39 02 390391
Fax +39 02 39000041
info@gemeaz@gemeaz.it
www.gemeaz.it



I.F.M. Industrial Food Mense S.p.A.

Centro Direzionale Napoli - isola F4
Via G. Ponzio
80143 Napoli - Italia
Tel. +39 081 7341271
Fax +39 081 7347004
ifm@ifmspa.com
www.ifmspa.com



Markas S.r.l.

Via Macello, 61
39100 Bolzano
Tel. +39 0471 307611
Fax +39 0471 307699
it@markas.com
www.markas.com



Pellegrini S.p.A.

Via Lorenteggio, 255
20152 Milano
Tel. +39 02 89130.1
Fax +39 02 89125922
www.gruppopelegrini.it



Serenissima Ristorazione S.p.A.

Via della Scienza, 26/A
36100 Vicenza
Tel. +39 0444 348400
Fax +39 0444 348384
ufficioclienti@grupposerenissima.it
www.grupposerenissima.it



Sodexo Italia S.p.A.

Via Fratelli Gracchi, 36
20092 Cinisello Balsamo (MI)
Tel. +39 02 69684.1
Fax +39 02 6887169
www.sodexo.com

AZIENDE DI RISTORAZIONE COMMERCIALE IN CONCESSIONE



Autogrill S.p.A.

Centro Direzionale Milanofiori Strada 5, Palazzo Z
20089 Rozzano (MI)
Tel. +39 02 48263250
www.autogrill.com



Burger King Restaurants Italia S.r.l.

Strada 1, Palazzo F4
Milanofiori - 20090 Assago (MI)
Tel. +39 02 32061235
franchising@burgerking.it
www.burgerking.it



Chef Express S.p.A.

Sede Legale e Amministrativa:
Via Modena, 53
41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 754711
Fax +39 059 754700

Sede di Roma:
Via Giolitti, 50 - 00185 Roma
Tel. +39 06 477851 - 059 754711
Fax +39 06 4814429 - 059 754700
info@chefexpress.it



CIRFOOD RETAIL

Via Nobel, 19
42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011
Fax +39 0522 530100
info@cirfood.com
www.cirfood.com



MyChef - RISTORAZIONE COMMERCIALE S.p.A.

Centro Uffici San Siro
Via Caldera, 21 - Blu Building - Ala 3 - 2° floor
20153 Milano
Tel. +39 02 3909951 - Fax +39 02 3552234
info.italia@areas.com - www.it.areas.com



Roadhouse Grill Italia S.r.l.

Via Modena, 53 - 41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 754811
Fax +39 059 754493
info@roadhousegrill.it

BUONI PASTO



Yes Ticket S.r.l.

Sede legale:
Via Quintino Sella, 3 - 20121 Milano

Sede operativa:
Via Ippolito Rosellini, 12 - 20124 Milano
Tel. +39 02 87178975 - Fax +39 02 21115319
clienti@yes-ticket.it - www.yes-ticket.it



Ticket Restaurant Edenred Italia S.r.l.

Via Giovanni Battista Pirelli, 18 - 20124 Milano
Tel. +39 02 269041 - www.ticketrestaurant.it

CARRELLI TERMICI



Rational Production S.r.l.

Via L. Galvani, 7/H - 24061 Albano S. Alessandro (BG)
Tel. +39 035 4521203 - Fax +39 035 4521983
info@rationalproduction.com
www.rationalproduction.com

CENTRALI D'ACQUISTO



CATTEL S.p.A.

via Ettore Majorana, 11
30020 Noventa di Piave (VE)
Tel. 0421 355311 fax 0421 659300
www.cattel.it - info@cattel.it



Dac S.p.A.

Via G. Marconi, 15 - 25020 Flero (BS)
Tel. +39 030 2568211 - Fax +39 030 2568340
info@gruppodac.eu - www.gruppodac.eu



Marr S.p.A.

Via Spagna, 20 - 47900 Rimini
Tel. +39 0541 746111 - Fax +39 0541 742422
www.marr.it



METRO Italia Cash and Carry S.p.A.

Via XXV Aprile, 25 - 20097 San Donato Milanese (MI)
Tel. dall'Italia: 800.800.808
Tel. dall'estero: +39 091 9885422
servizio.clienti@metro.it - www.metro.it

CONSULENZE



Progetta sc

Via Lodovico il Moro, 159 - 20142 Milano
Tel. +39 02 89122357 - Fax +39 02 89122247
progetta@progetta.mi.it - www.progetta.mi.it

CONTENITORI E PIATTI IN ALLUMINIO



Contital S.r.l.

Via Appia km 192.358 - 81052 Pignataro Maggiore (CE) - Italia
Tel. +39 0823 873-111
sales@contital.com - www.contital.com

CUCINE PROFESSIONALI



Ali Group S.r.l.

Via Gobetti 2a - Villa Fiorita
20063 Cernusco sul Naviglio (MI)
Tel. +39 02 921991 - Fax +39 02 92142490
info@aligroup.it - www.aligroup.it



Angelo Po Grandi Cucine S.p.A.

s/s Romana Sud, 90 - 41012 Carpi (MO)
Tel. +39 059 639411 - Fax +39 059 642499
www.angelopo.it



Electrolux Professional S.p.A.

V.le Treviso, 15 - 33170 Pordenone
Tel. +39 0434 3801 - Fax +39 0434 385854
www.electroluxprofessional.com



Irinox S.p.A.

Via Madonna di Loreto, 6/B - 31020 Corbanese di Tarzo (TV)
Tel. +39 0438 5844 - Fax +39 0438 5843
irinox@irinox.com - www.irinoxprofessional.com



Lotus S.p.A.

Food Catering Equipment

Via Calmaor, 46 - 31020 San Vendemiano (TV)
Tel. +39 0438 778020 - Fax +39 0438 778277
lotus@lotuscookers.it - www.lotuscookers.it
LOTUS APP per iPhone e Android: Lotus S.p.A.

DETERGENZA E DISINFEZIONE



Allegriini S.p.A.

Vicolo Salvo D'Acquisto, 2 - 24050 Grassano (BG)
Tel. +39 035 4242111 - Fax +39 035 526588
info@allegriini.com - www.allegriini.com

EQUIPMENT



Robot Coupe Italia S.r.l.

Via Stelloni Levante, 24/a - 40012 Calderara di Reno (BO)
Tel. +39 051 726 810 - www.robot-coupe.com/ita/it

FOOD & BEVERAGE



Barilla FoodService Soluzioni ristorative

Via Mantova, 166 - 43122 Parma
Numero verde 800388288 - www.barillafoodservice.it



L'ORTOFRUTTA FRESCA PER LA RISTORAZIONE ITALIANA

Conor S.r.l.

Via delle viti 5 - 40127 Bologna
Tel. +39 051 9941111 - Fax +39 051 19936796
info@conorsrl.it - www.conorsrl.it



Cupiello

Riviera di Chiaia, 215 - 80100 Napoli - Italy
Tel. +39 081 400816 - Fax +39 081 419059
gestioneclienti@fresystem.com - www.cupiello.com



General Fruit S.r.l.

Via Torquato Tasso, 8/10 - 24060 Credaro (BG)
Tel. +39 035927030 - www.generalfruit.com



INALCA S.p.A.

Via Spilamberto, 30/c - 41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 755111 - Fax +39 059 755517
info@inalca.it



OROGEL S.p.A.

Via Dismano, 2600 - 47522 Cesena (FC)
Tel. +39 0547 3771 - Fax +39 0547 377016
www.oringel.it - info@oringel.it



L'italiana preferita dallo chef
PRODUTTRICE DI PASTA FRESCA SURGELATA,
SUGHI SURGELATI E PIATTI PRONTI SURGELATI

Surgital S.p.A.

Via Bastia, 16/1 - 48017 Lavezzola (RA)
Tel. +39 0545 80328 - Fax +39 0545 80121
surgital@surgital.it - www.surgital.com

FORNI



LAINOX Ali Group S.r.l.

Via Schiaparelli, 15 Z.I. S. Giacomo di Veglia
31029 Vittorio Veneto (TV) Italy
Tel. +39 0438 9110 - Fax +39 0438 912300
lainox@lainox.it - www.lainox.it



Rational Italia S.r.l.

Via Impastato, 22 - 30174 Mestre (VE)
Tel. +39 041 8629050 - Fax +39 041 5951845
info@rational-online.it - www.rational-online.com



Tecnoinox S.r.l.

Via Torricelli 1 - 33080 Porcia (PN)
Tel. +39 0434 920110
info@tecnoinox.it - www.tecnoinox.it

FORNITURE PER RISTORAZIONE

eurofides

IL N°1 PER LE SHOPPER E IL CONFEZIONAMENTO

Eurofides Srl

Servizio Clienti 800.079.060
info@eurofides.com - www.eurofides.com

FiveServices

Five Services

Via G. Amendola, 5 - 20037 Paderno Dugnano (MI)
Tel. +39 02 91476767
info@fiveservices.com - www.fiveservices.com

METALTECNICA

Italian catering equipment

Metaltecnica Produzioni S.r.l.

Via Rossini, 26 - 47814 Bellaria (RN)
Tel. 0541 347852 - Fax 0541 347660
www.metaltecnica.com - info@metaltecnica.com

SDS

simplify your work

POLIBOX

ONLY BY SDS

S.D.S. Società di Distribuzione & Servizi S.r.l.

Via Campo dei Fiori, 13 - 20014 Vittuone (MI)
Tel. +39 02 37074200 - Fax +39 02 37074208
sds@grupposds.it - www.grupposds.it

VITO

ITALIA
Sistemi Filtraggio olio

VITO Italia srl

Via Gorizia 14 - 31025 S. Lucia di Piave (TV)
Tel. 0438 460235 - cell. 345 5515644
info@vitoitalia.it - www.vitoitalia.it

GESTIONE INTEGRATA RIFIUTI

adriaticaoili

ECOLOGIA DELLE IDEE

Adriatica Oli S.r.l.

C.da Cavallino, 39 - 62010 Montecosaro (MC)
Tel. +39 0733 229080 - Fax +39 0733 229093
segreteria@adriaticaoili.com - www.adriaticaoili.com

LAVAGGIO STOVIGLIE E PENTOLE

COMENDA

TO CLEAN. WITH CARE.

Comenda Ali Group S.r.l.

Via Galileo Galilei, 8
20060 Cassina de' Pecchi (MI)
Tel. +39 02 95228.1 - Fax +39 02 9521510
www.comenda.eu

MEIKO

The clean solution

Meiko Italia S.r.l.

Via Emilio Gallo 27 - Z.I. Chind - 10034 Chivasso (TO)
Tel. +39 011 91902 r.a. - Fax +39 011 9196215
info@meikoitalia.it - www.meiko.it

NOLEGGIO POSATE

clearKit

Clearkit

Via Giovanni Donghi, 8 - 20811 Cesano Maderno (MB)
Tel. 0362 687643
commerciale@clearkit.it - www.clearkit.it

SERVIZI INTEGRATI

Dussmann

Dussmann Service S.r.l.

Via Papa Giovanni XXIII, 4 scala A
24042 Capriate S. Gervasio (BG)
Tel. +39 02 91518 - Fax +39 02 91518499
www.dussmann.it

SERVIZI WELFARE

VALYOUNESS

people welfare future

Valyouness S.r.l.

Via Nobel 19 - 42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011
www.valyouness.it - info@valyouness.it

SOFTWARE

AXIOS

informatica
SOLUZIONI INFORMATICHE
PER LA RISTORAZIONE COLLETTIVA

Axios Informatica S.r.l.

Via Bach, 7 - 36061 Bassano del Grappa (VI)
Tel. +39 0424 227546 - Fax +39 0424 586284
commerciale@axios.it - www.axiosinformatica.it

ETICA

SOLUZIONI
PIATTAFORME DIGITALI PER LA RISTORAZIONE

Etica Soluzioni S.r.l.

Sede legale: Via dei Solteri 76, Trento
Sede operativa: Via Francesco Croce 65, Abbiategrasso (MI)
P.IVA 02344210220
Tel. +39 0461/1862014
info@eticasoluzioni.com
divisione.commerciale@eticasoluzioni.com
www.eticasoluzioni.com

GAMBA BRUNO

Retail made smarter

Gamba Bruno S.p.A.

Via Gambirasio, 12 - 24126 Bergamo (BG)
Tel. +39 035 274011 - Fax +39 035 221441
info@gambabruno.it - www.gambabruno.it

Meal manager

Medimatica S.r.l. Unipersonale

Contrada San Giovanni, 75 - 64010 Colonnella (TE)
Tel. +39 0861 761931
info@mealmanager.it - www.mealmanager.it

mytec.com

GLOBAL SOLUTIONS FOR HOSPITALITY

Mytec S.r.l.

Sede operativa

Via Caravaggio 28/A - 20832 Desio (MB) Italy
Tel. +39 039 9466362
info@mytec.com - www.mytec.com

PROGETTIE

SOLUZIONI

Progetti e Soluzioni S.p.A.

Direzione Generale

Via Ugo La Malfa 1 - 20063 Cernusco s/N (MI)
Centralino Tel. 02 45074323

Sede Legale

Via Nicolai 8 - 70123 Bari - Tel. 080 2149 474
www.progettiesoluzioni.it - info@progettiesoluzioni.it

ristocloud

Group S.r.l.

Ristocloud Group Srl

Via Risorgimento 20 - 37019 Peschiera del Garda (VR)
Tel. + 39 045 6402881 - Fax +39 045 6402872
info@ristocloudgroup.com - www.ristocloudgroup.com

SERENISSIMA

INFORMATICA

Serenissima Informatica SpA

Via Croce Rossa, 5 - 35129 Padova (PD)
Tel. +39 049 829 1111 - Fax +39 049 829 1209
info@serinf.it - www.serinf.it

ZUCCHETTI

Zucchetti

Via Solferino, 1 - 26900 Lodi
Tel. +39 0371 594 2444
market@zucchetti.it - www.zucchetti.it

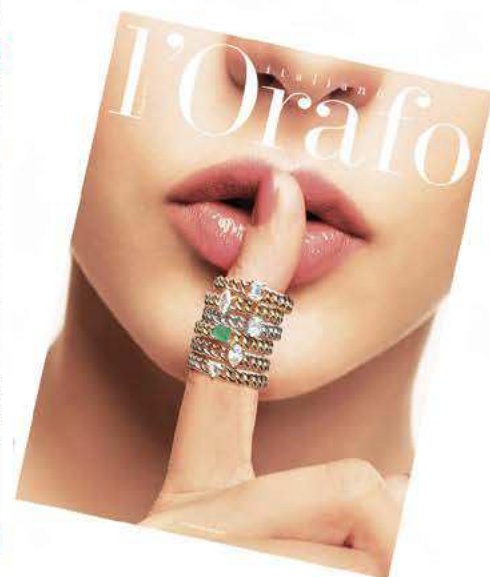
VENDING

Risto

VENDING

Ristovending Srl

Viale Leonardo da Vinci, 20 - 36100 Vicenza
Tel. 0444 914545
info@ristovending.it - www.ristovending.it





**Le nostre riviste
sono disponibili anche
per smartphone,
tablet e pc!**

Edifis Srl - Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano - www.edifis.it

Non solo risotti – dei migliori ristoranti del mondo

A cura di Emanuele Preve e
Adriano Canever
Multiverso Edizioni

La storica pubblicazione dal 1998 sul simbolo dell'alta gastronomia italiana, ideata da Riso Gallo, è arrivata alla sua XI edizione. Anche stavolta, fedele al ruolo dell'azienda di ambasciatrice del made in Italy nel mondo, la Guida è un racconto-itinerario lungo la strada del riso, che parte dal Nord Italia – dalla Lomellina, dove si trova la storica sede di Riso Gallo – e attraversa tutto il Paese, regione per regione, oltrepassando i confini verso tutti i continenti, attraverso le ricette a base riso dei grandi chef internazionali. Quest'anno con un valore in più: per la prima volta nella sua storia, infatti, la Guida Gallo comprende "Non solo risotti – dei migliori ristoranti del mondo", abbracciando diverse creazioni a base riso.

Risultato: 118 ricette inedite che vedono il riso come indiscusso protagonista, studiate dai grandi chef della cucina italiana e internazionale –

69 ristoranti italiani e 49 esteri – realizzate con ingredienti di prima qualità ed emblema del connubio tra tradizione e innovazione: dalla "Sfoglia di pasta di riso al cacao, farcita di risotto al piccione del Casentino" ad opera di Riccardo Monco e Alessandro della Tommasina, chef all'Enoteca Pinchiorri, all'elaborato dessert "Soufflé di riso con gelato al latte di riso e frutta secca" di Annamaira Leone e Oreste Corradi, della Locanda Vecchia Pavia "Al Mulino". La prefazione della Guida Gallo, infine, è affidata a Francesco Mutti.

Una mamma per amica. Il ricettario ufficiale.

di Elena P. Craig,
Kristen Mulrooney
Panini Comics



Dopo l'intramontabile successo della serie tv, arriva sugli scaffali Una mamma per amica: Il libro di ricette ufficiali, pubblicato in Italia da Panini Comics e disponibile in libreria, fumetteria e su Panini.it.

Questo ricettario è un vero e proprio viaggio attraverso l'universo culinario di Una mamma per amica. Leggendolo si avvertirà l'odore di caffè della Tavola calda di Luke, il profumo di frutta e verdura fresca che Sookie trasformava magicamente in deliziose pietanze, fino ai cocktail e pasticcini raffinati assaporati a casa di Emily e Richard. Dal Risotto magico di Sookie all'Hamburger di Babbo Natale di Luke, le oltre 70 ricette della prima raccolta ufficiale ispirate al duo mamma e figlia più amato della tv abbracciano tutti i gusti: dai piatti salutari "senza niente" (su gentile concessione della signora Kim...), alle prelibatezze come ciambelle, fagottini e sushi dolce per i golosi. Tutte le ricette sono accompagnate da bellissime fotografie a colori e immagini delle scene più amate della serie, oltre a citazioni delle battute di Lorelai, Rory, Luke, Emily, Lane, la signorina Patty e altri ancora. Divertente e spumeggiante, Una mamma per amica: Il libro di ricette ufficiali è il volume da collezione che ogni vero fan dovrebbe avere in libreria, per cucinare con amici e famiglia mentre si riguardano i propri episodi preferiti.



Ristorando

È sfogliabile anche online!
www.ristorando.eu



Dalla tua parte

Selezione degli ingredienti più genuini, scelta delle ricette più appetitose. CGM è al fianco di chi come te, con passione, dedica ogni suo pensiero, ogni suo azione, alla ristorazione.

La **bontà** dei nostri prodotti rende esclusivi i tuoi menù, l'unicità delle linee si trasforma in eccellenza delle tue scelte gastronomiche, selezionabili tra una **moltitudine di referenze**.

La loro **qualità**, certificata BRC, IFS e ISO 22000:2018, è un gustoso connubio tra innovazione, sapiente conoscenza della cultura gastronomica e rispetto per il territorio.

Dal 1986 CGM produce surgelati in cui tradizione e ricerca gastronomica creano un mix vincente. Ed è sempre **dalla tua parte** con il servizio "Movi Chef" il cuoco a domicilio che ti aiuta a preparare al meglio le ricette CGM.

LINEA
da
FRIGGERE

Stuzzicanti e golose, tantissime idee per una ristorazione gustosa e originale.

LINEA
da
FORNO

Leggeri e appetitosi, sono prodotti pronti in pochi minuti, con ricette di tendenza e della tradizione gastronomica italiana.

VegeTiAmo!
il cuore verde del gusto

I prodotti a base di proteine vegetali, per chi vuole proporre un menù vegetariano senza rinunciare al gusto ed al sapore dei classici snack.

GRAND'OR
Gourmet
IL SURGELATO RAFFINATO

Le ricette firmate dallo chef Enrico Mazzaroni per i ristoratori attenti alla qualità, che offrono prodotti ricercati ed elaborati e sono alla continua ricerca di novità.



SERENISSIMA RISTORAZIONE

Orgogliosamente Italiani



SERVIZI DI RISTORAZIONE COLLETTIVA A MISURA DI PERSONA

Sociosanitaria | Scolastica | Aziendale | Commerciale | Vending

La nostra idea di ristorazione si basa su una chiara visione: promuovere una corretta cultura dell'alimentazione che soddisfi le esigenze di tutti i nostri clienti. Crediamo nella ristorazione ecosostenibile, responsabile e che si adatti alle richieste degli utenti. Ecco perché scegliamo soprattutto aziende e prodotti della nostra terra.